

Luciana Tomasi

Produtora de cinema, fundadora da Casa de Cinema de Porto Alegre

“É uma tragédia artística para o produtor ser balizado pelo público do shopping na sexta-feira de estreia do filme.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron no dia 23 de junho de 2010, em São Paulo.

Luciana Tomasi

A Casa de Cinema de Porto Alegre ocupa um espaço singular na história do cinema nacional contemporâneo. Ela se tornou uma espécie de selo de qualidade nas produções em que participa, graças à grife da talentosa geração formada, entre outros, por Jorge Furtado, Carlos Gerbase e Ana Luiza Azevedo. Mas a engrenagem certamente não funcionaria sem o trabalho respaldado nos bastidores pela produtora Luciana Tomasi.

Parceira da Rede Globo em minisséries e especiais para a televisão, como *TV Pirata* e *Brava Gente*, a Casa de Cinema teve início humilde, rodando filmes em formato super-8, fazendo curtas e documentários. Mas o premiado *Ilha das Flores*, de 1989, até hoje é comentado por seu roteiro surpreendente. “É um filme que não deixou de ser contemporâneo.” Luciana Tomasi comenta que a equipe de cineastas e produtores gaúchos trocou de “bitola”, mas não “a questão autoral”.

No que se refere a captar recursos, porém, pouco parece ter mudado para Luciana. “O investidor que me recebe hoje tem 250 longas para analisar. É muito projeto para pouca verba.” A casa produz para canais de televisão e lidera grandes produções de cinema, mas Luciana reclama da falta de “consciência” do empresariado em colocar dinheiro na cultura. “Vou nas empresas gaúchas e paulistas – que não pagam nada, porque o incentivo é de 100% – e ainda tenho que chorar para botarem algum investimento no filme.”

O que é a Casa de Cinema de Porto Alegre?

É uma produtora de cinema que já tem 22 anos. Passou por várias fases e se propôs, desde o início, a produzir apenas cinema ou trabalhar com coisas relativas a ele: ensino, mostras, distribuição. Hoje, nosso grupo é de seis pessoas, mas quando iniciamos era um grupo de 13. Antes de ser empresa, era uma associação de produtoras e de pessoas. Com o tempo, algumas pessoas foram saindo e sobraram seis sócios, que hoje continuam produzindo cinema. Esse grupo fazia longa-metragem em super-8. Foi super aceito, havia filas para ver um longa-metragem feito em super-8. Depois, fomos para o 35 milímetros. De lá, para a televisão. Hoje em dia trabalhamos para Globo, RBS, Columbia, Fox – e continuamos com a nossa personalidade mais alternativa, uma história mais de esquerda. Trocamos a bitola, mas não trocamos a questão autoral. Os diretores têm liberdade para falar o que quiserem, e as produtoras produzem em cima desses trabalhos autorais.

Saneamento Básico, de alguma forma, é uma metáfora de toda essa discussão?

Sim. *Saneamento Básico* [2007, dirigido por Jorge Furtado] mostra aquela coisa mais

básica de fazer cinema, de que qualquer um pode chegar e fazer. As pessoas que fazem cinema curtem muito, porque sair fazendo um filme com material que tem na garagem – figurino, cenários – é muito a cara do que se fazia no super-8.

Como é a organização de vocês? Da produção à comercialização de filmes.

Tem duas formas. Os produtores, por exemplo, imaginam os projetos e os diretores apresentam. Ou as produtoras de audiovisual têm interesse em determinados assuntos e lançam em reunião geral o que interessaria fazer, principalmente quando é documentário ou material para TV. Daí saímos para a realização do projeto, que é os inscrever nas leis, buscar patrocínio e ver formas de viabilização. Depois, a filmagem. Sempre se tenta não deixar um trabalho pelo meio. Há muita preocupação no sentido de realizar o projeto até o final. Não se começa um filme que não se sabe como vai terminar, porque isso é uma das coisas que mata as produtoras. Muita produtora já acabou por causa dessa história: “Ah, eu tenho grana para filmar, vou indo” e depois não acabam.

A produtora acaba porque não previu direito os recursos?

O que acontece é que pode haver o valor necessário para filmar, mas não o suficiente para finalizar. Se você gasta tudo até o final da gravação do filme, depois fica horas parado, e às vezes não acaba, porque não previu a finalização. Isso acontece bastante. Quando a gente tem toda a verba, até o final, mesmo que não tenha a distribuição, já partimos para filmar. A distribuição é o grande problema do cinema brasileiro na atualidade. Filmar as pessoas conseguem, mas distribuir não. Se não estiver ligado a uma distribuidora grande, como Columbia, Fox, Warner, não consegue entrar nos cinemas. Não sai lançando teu filme no Iguatemi, no Eldorado ou outros. Não é qualquer filme que as *majors* vão querer. Se fizer um filme muito radical, ou que fale de sexo, de drogas, já complica. Esse último filme que a gente fez, *Antes que o Mundo Acabe* [2009, dirigido por Ana Luiza Azevedo], levou seis anos. Precisa ter paciência, porque o filme não consegue te remunerar em todo o período. Nós conseguimos a Imagem, uma distribuidora nacional que está fazendo um trabalho bem legal. Só que, atualmente, no Brasil, o cinema só dá certo em sala de cinema se for filme popular, como *2 Filhos de Francisco* [2008, dirigido por Breno Silveira], *Chico Xavier* [2010, dirigido por Daniel Filho] e *Se Eu Fosse Você 2* [2009, dirigido por Daniel Filho]. Esse tipo de filme é que está dando certo no Brasil, que vai passar de 1 milhão de espectadores. O resto vai ficar abaixo disso. Ou então, se chegar a 100 mil, é um sucesso, porque não existe mais onde botar os filmes do jeito

que o mercado está montado. O cinema norte-americano toma conta de 95%, às vezes 99% das salas. Claro que o cinema americano tem que entrar. Mas quando lançam um *blockbuster*, a gente absorve o cinema B norte-americano. Para ganhar um *Alice no País das Maravilhas* [2010, dirigido por Tim Burton], tem que botar o cinema mais terrível americano, cinema B mesmo, filmezinhas que não vão acrescentar nada na vida do brasileiro. Um dos grandes problemas do cinema atual é a colocação do filme, como distribuir nos cinemas.

Conte o que é produzir um curta-metragem.

Estou produzindo curta-metragem agora. Desde *O Sanduíche* [2000, dirigido por Jorge Furtado], há uns 12 anos, que eu não fazia. *Ilha das Flores* [1989, dirigido por Jorge Furtado] é uma exceção, é um filme que até hoje paga os cotistas. É um filme excepcional no mercado internacional. Nos outros curtas, a gente sempre bota grana. Agora ganhei do Ministério da Cultura um curta, que é *Amores Passageiros* [selecionado em 2009 no Concurso de Apoio à Produção de Obras Cinematográficas Inéditas]. Mas por quê? Porque ele vai ser a peça de venda do longa que virá depois. Ele não faz parte do longa, não está dentro, inserido, mas tem a ver, tem uma relação com o longa, com os personagens. Também porque é um curta com uma história muito legal artisticamente. Espero que o resultado esteja no nível do que estamos investindo. Quem faz curta, geralmente, são pessoas que trabalham na publicidade ou cineastas que trabalham há anos. Os cachês são simbólicos, não pagam o telefone, o táxi, os gastos para realizá-lo. O prêmio que ganhamos é de R\$ 80 mil. Não dá para fazer nada excepcional com R\$ 80 mil em 20 minutos, que é o tempo que esse curta tem. Então, é uma questão de dedicação, de acreditar no projeto, pois não é fácil fazer curta-metragem profissionalmente no Brasil.

E como é produzir um longa?

Nunca foi tão difícil captar para longa no Brasil. Não só para mim, como para as outras produtoras também. Estive no Festival de Cannes em maio e o choro dos brasileiros era na captação. É tão violenta a questão no Brasil que toda vez que se faz um longa, a impressão é que se começa de novo. Eu sinto que estou fazendo super-8 de novo, porque é o mesmo processo. O Brasil é muito complicado para arte. Pô, quantos filmes eu já fiz? Quantos filmes a Casa de Cinema já fez? Vou nas empresas gaúchas e paulistas – que não pagam nada, porque o incentivo é de 100% – e ainda tenho que chorar para botarem algum investimento no filme. Não existe consciência total, nem mínima, do empresário de que ele deve botar dinheiro em cinema. Em uma peça de teatro, o empresário olha e diz:

“Aquele teatro me interessa, esses atores são bons”. Um filme pode até ser tecnicamente perfeito, com atores de primeira linha, mas filme é magia, o cinema é magia. Só se sabe como é que vai funcionar quando ele entrar na tela. As *majors* querem ver tudo: “Qual é a bilheteria de sexta-feira?”. E você já sabe o futuro. Depois de seis anos de trabalho, na sexta-feira do lançamento, a amostragem da noite vai dizer se teve sucesso ou não. Isso, para mim, é uma tragédia artística: ser balizado pelo público do shopping da sexta-feira.

Não têm filmes que se pegam depois?

Ah, claro. Mas na sexta-feira eles já sabiam que o *Chico Xavier* ia ser um sucesso, porque ele preencheu tantas cotas, e ainda aumentou no sábado, teve o boca-a-boca. É uma loteria. Há filmes que emplacam, outros não. Em Porto Alegre, existiu filme, que eu não vou me lembrar exatamente qual, que já estava nas locadoras e ainda assim ficou um ano em cartaz. As pessoas continuaram indo porque as pessoas de Porto Alegre diziam para os amigos: “Ah, vão ver o filme tal, no Guion do aeroporto”. E as pessoas iam. Foi um filme que funcionou, com um orçamento baixo. Como é que o empresário vai saber se o dinheiro que ele está empregando vai dar em uma coisa que ele vai gostar depois?

Fale sobre *Ilha das Flores*. É um filme usado inclusive em sala de aula, não é?

Até hoje, e no mundo todo. No Japão é usado. A linguagem dele é muito esparta para a época. É um trabalho que chamou atenção porque é inesperado. Você não imagina o final que vai ter. Vai sendo levado, começa a rir, depois já não ri tanto. Ele te surpreende. O espectador ama ser surpreendido por um filme: esperar um final e ter outro. Ainda não mudou a questão de que muitos pobres comem depois dos porcos. Isso é visível, seja na Índia, seja no Nordeste brasileiro. É uma tragédia. Ver essa tragédia da condição do ser humano é uma coisa contemporânea; a pessoa se identifica. Fora isso, há ainda a questão dos judeus, do Holocausto. É um filme que não deixou de ser contemporâneo.

Várias entrevistas aqui do Produção Cultural no Brasil apontaram que, nos últimos 20 anos, a presença das mulheres no cinema ficou mais forte. Você vê isso também?

As mulheres são as produtoras do cinema brasileiro; 90% são mulheres. Por quê? A mulher tem aquelas dez camadinhas e o homem tem uma. O homem vai se concentrar totalmente em cima de um assunto. A mulher não se

concentra tão bem em uma coisa, mas em dez assuntos ao mesmo tempo: o telefone está tocando, ela sabe o que a pessoa está falando ali, sabe o que o outro está fazendo no computador. Isso para produção é fundamental, porque fazer um filme é como uma orquestra: tem que dar a mesma atenção para o violinista, para o tocador de tambor. Não adianta poupar na arte e depois dar mais para a fotografia. Tenho que pensar em tudo ao mesmo tempo. E isso a mulher faz melhor que o homem, não adianta. Não é uma questão machista ou feminista. Já trabalhei com muitas produtoras mulheres e com produtores homens, e digo que as mulheres são mais indicadas para essa função.

O que mais mudou na esfera da produção desde que vocês começaram a atuar?

Fiz jornalismo na Universidade Federal do Rio Grande do Sul e tive uma disciplina de cinema, mas a maioria dos que trabalham com a gente são autodidatas. Atualmente, eu trabalho com gente que fez faculdade de cinema. A cada 200 pedidos de trabalho, 50 são de formados em cinema. No Rio Grande do Sul, a PUC tem uma faculdade de cinema, e a Unisinos também. Na PUC, o curso é de dois anos e meio, forma tecnólogo; na Unisinos são quatro anos para bacharel. Isso faz diferença total, porque eles já entram discutindo cinema. As produtoras com quem eu trabalho têm conhecimento dos filmes, do cinema clássico. Entram sabendo muito mais do que a gente. Quando a gente fazia super-8, eu era produtora, mas era atriz, eletricista. Se tivesse que arrumar o banheiro do set, eu ia arrumar. Hoje em dia cada um tem sua função, o que é ótimo – e com conhecimento. Há uma renovação na educação para o cinema.

E a questão do cinema autoral e um sistema de base, em contraponto com a questão dos festivais de cinema, como é isso?

É aquela história: o seu filme ir bem no festival não significa absolutamente nada. Se for bem de crítica, o público vai te detestar (*risos*). Se eu tenho um filme que eu sei que vai agradar a crítica, boto no festival. Agora, se é um filme feito comercialmente – embora o nosso não seja assim, “comercial total” – aí não se bota em festival, porque pode levar muita paulada, não sendo autoral. Quando a gente começou, o Festival de Gramado foi fundamental, foi a nossa vitrine, porque as pessoas só passaram a saber quem nós éramos ali. Passaram a saber que existia gente talentosa fazendo cinema no Rio Grande do Sul porque conseguimos botar os nossos super-8 em Gramado. Com *Deu pra Ti Anos 70* [1981, dirigido por Nelson Nadotti e Giba Assis Brasil], a gente ganhou o festival; depois, com *Inverno* [1983, dirigido por Carlos Gerbase], no outro ano, ganhamos de novo. Aí veio *Ver-*

des Anos [1984, dirigido por Carlos Gerbase e Giba Assis Brasil], que também ganhou destaque. Quase sempre ganhamos algum prêmio em Gramado, não por ser de lá, mas a gente colocava filmes legais realmente, de super-8. A gente arrasava. Recife é um festival maravilhoso de participar, um festival de jovens, e os nossos filmes se dão super bem lá. Também temos ótima participação no Festival de Brasília. É muito importante para o cinema os festivais existirem, mas não significa nada comercialmente.

E o que são os festivais europeus: Cannes, Berlim, Veneza?

Na época de curta-metragem, nós ganhamos duas vezes o Festival de Clermont-Ferrand, e uma menção honrosa. Clermont-Ferrand é a grande vitrine do curta-metragem; como existe aqui o Kinoforum. Se botar um filme lá e ganhar alguma coisa, você vai ter uma participação no mercado exterior, vai ter compras do teu filme, vai ter uma sobrevida no exterior. Clermont-Ferrand é fundamental para um cineasta que esteja fazendo curta-metragem. Depois, tivemos um curta em Berlim, que foi importantíssimo. Porque depois que *Ilha das Flores* ganhou o Urso de Prata em Berlim, em 1990, surgiram co-produções internacionais. Trabalhamos depois para a Fundação MacArthur que queria um filme sobre direitos reprodutivos no Brasil. A Fundação Rockefeller queria um filme e foi procurar a Casa de Cinema. Depois tivemos também um projeto para o *Self*, da BBC. Começamos a produzir também outros especiais para eles – tudo a partir de Berlim. Berlim faz com que o mundo saiba que você existe. Sua produtora passa a ser procurada. Depois, nós participamos de Cannes, no mercado, e tivemos um curta na mostra oficial, que também nos abriu portas. Conhecemos toda a diretoria de Cannes. Nessa última edição, participei do Cinéfondation, avaliando filmes para co-produções. Nossa experiência é Berlim, Cannes e Clermont-Ferrand. Não temos experiência em Veneza. Lá, precisa ser um cinema de arte, embora já tenha mudado um pouco o perfil. Também tivemos em Sundance um projeto aprovado para desenvolvimento de roteiro. Participamos de festivais do mundo todo, na realidade: Chicago, Miami, Hamburgo, os festivais menores. Já participamos de uns 40.

Como é a captação de recursos, a chegada ao patrocinador? Vocês agora tiveram uma microssérie com a Globo. Como é co-produzir televisão?

São duas coisas bem diferentes. Eu adoraria que existisse uma empresa no Brasil para quem eu dissesse: “Ó, por favor: vou entregar o meu projeto e vocês captem”. Falta isso aqui. Não existe uma boa captação, uma empresa que vai até todas as fontes, que apresente os projetos. O produtor não deveria fazer isso, sair captando. Mas vira e mexe tem que fazer. E nem sempre tem sucesso. Eu já cansei

de ir a empresários, ou chegar em uma empresa em que eu já trabalhei, ou a partir de uma indicação, para conseguir patrocínio. E mesmo assim é muito difícil. Por quê? O cara que me recebe, hoje em dia, tem 250 longas no escaninho dele, esperando também. Todo mundo quer patrocínio. Tem muito projeto para pouca verba. O artigo primeiro, patrocínio direto, não está funcionando. A Lei Rouanet ainda funciona, o primeiro lá, um pouco melhor, há mais abertura, porque aí não envolve a CVM, não envolve a Bolsa de Valores, que é uma coisa que ninguém tem paciência de fazer. Esse mecanismo tem que ser reestudado. Quem está mantendo o cinema é a Petrobras, o BNDES, que também tem bastante coisa, e o MinC, com uma e outra coisa. Mas isso é que mantém o cinema. Se for depender da iniciativa privada, pode esquecer. A questão do imposto de renda, de dedução, está acontecendo minimamente. O grosso dos produtores não consegue viabilizar os filmes na iniciativa privada. E sobre a questão da TV Globo: nós temos uma parceria há muito tempo. Fizemos aqueles *Doris para Maiores, TV Pirata*, até os primeiros *Você Decide*, quando eram em Porto Alegre, nós que fazíamos. Também desenvolvemos cursos para a Globo de documentário, *workshops*.

Workshops de quê, por exemplo?

De câmera, edição, discussão de cinema. A Globo tem toda uma preocupação com a formação do profissional lá dentro. O Carlos Gerbase, que trabalha comigo, é quem faz a didática e dá esses cursos dentro da Globo. Seria assim: técnicas de documentário para jornalistas; como apresentar uma matéria de forma diferente; como melhorar o olhar para fazer uma reportagem mais interessante. Trabalha-se muito dentro do seu esquema e não se consegue ver o que é que está acontecendo fora, porque o trabalho absorve. De noite, você não quer nem ver o que é que está acontecendo no cinema e como as TVs estão mostrando. Então, a gente faz uma atualização. Essa parceria com a Globo se estende há uns 15 anos. Também estamos trabalhando para a HBO agora, em uma minissérie. Para a Globo te terceirizar não é fácil, é um processo complicado. Ela precisa confiar em ti para pedir a entrega de tal produto. Com mais ou menos Ibope, todos os produtos que a gente entregou até hoje deram certo. O *Brava Gente* também foi muito bem.

Qual a diferença em produzir para a televisão?

É totalmente diferente porque na TV tem o patrão. No cinema, eu posso ser totalmente criativo, fazer tudo que eu quero. Na TV, preciso discutir a linha editorial daquele programa. Saber o que é que a TV quer. Não tem a mesma liberdade criativa do cinema.

Mesmo tendo que lidar com as *majors*?

Com a Columbia e com a Fox, sim. Com a Columbia, principalmente, sempre tivemos total liberdade artística para trabalhar. E a TV é mais por encomenda, então você precisa se submeter também. Não se consegue fazer tudo o que quer. O cinema é assim: “Quando é que eu vou fazer outro longa?”. Vou fazer um em dezembro. Já ganhamos o concurso, esse último da Petrobras para baixo orçamento. Só que o que ganha em um baixo orçamento são R\$ 600 mil. Aí uma pessoa pensa: “Pô! Tem R\$ 600 mil!”. Mas, para um longa, vão te matar depois de uma certa hora, porque não se consegue fazer. É muito apertadinho, mas não queremos deixar de fazer. A gente teve uma experiência com um filme, que é o *3 Efes* [2007, dirigido por Carlos Gerbase], foi o último que o Gerbase resolveu lançar, que estava muito difícil de conseguir captar. Ele disse: “Não vou esperar de novo mais cinco anos para fazer um longa. Vou fazer em vídeo e vou lançar em todas as mídias ao mesmo tempo”. Então, ele fez para cinema, DVD, internet, TV aberta e para o Canal Brasil. Cinco lugares. O desempenho de cinema foi o mais fraco, como sempre. Na internet, foi uma parceria com o portal Terra e a gente já está com mais de 1 milhão de *hits*. Dava 40 mil *views* por dia quando foi lançado. Quando é que a gente vai conseguir isso em uma sala de cinema?

É isso que vai mudar a estrutura?

Já está mudando. Não se pode mais fazer um filme pensando no cinema, principalmente o filme médio, o filme de baixo orçamento. Não adianta pensar só no cinema, tem que pensar na internet, no DVD. O *3 Efes* conseguiu muita mídia. Foi um filme que pegou muito bem com os jovens; na internet, foi um sucesso. Para o Terra, que patrocinou, foi uma beleza. O Gerbase fez pré-vendas para todo lugar, para viabilizar o filme, porque é um filme de R\$ 100 mil. E onde a coisa estourou mesmo foi na internet. O DVD está vendendo bem – nada astronômico, mas vende todos os dias na loja virtual. Também tem essa, a loja virtual da Casa de Cinema, onde todos os nossos filmes são vendidos.

Conte sobre esse modelo de negócio de loja virtual.

Faz uma diferença total. A pessoa entra no nosso blog, lê as matérias, aí boa parte já cai na loja. São dois tipos de vendas. A primeira é a das pessoas que saem dos nossos blogs, a gente escreve sobre o que tem vontade no dia, sobre política, tudo. Já temos muitos fãs assim, que nos acompanham. Houve dias com 3 mil pessoas entrando nos blogs. Muitos desses caem na loja virtual e aí vão estudar o filme, podem ler tudo sobre o filme. Vamos dizer, eu quero *Ilha*

das Flores? Vou lá e leio o roteiro de *Ilha das Flores*, como é que foi feito, como é a equipe técnica. Aí, se eu quiser, eu compro o filme na internet, recebo em casa. O outro tipo de compra: o colégio tal quer nossa coleção de curtas. Aí o colégio entra na loja virtual, tem um sistema que é só para empresas, para colégios, com preço diferenciado. É uma outra forma de viabilizarmos os filmes.

E a formação de mão de obra para cinema, de técnicos mesmo, como você vê?

Diretores de fotografia, produtores, todos estão fazendo faculdade de cinema. Só que a maioria que fazer direção, entra na faculdade para isso. Roteiristas também estão indo para a faculdade de cinema. Para os técnicos, a gente faz cursos de atualização, cursos para assistente de direção. Esse trabalho também é feito com o Santander Cultural, que tem toda uma história de ensino de cinema. Há *workshops*, oficinas, mas é uma coisa esporádica, não é todo ano que vai ter oficina para eletricista, por exemplo. Em São Paulo e no Rio têm mais do que em Porto Alegre. O nível dos técnicos melhorou muito. Não perdemos em nada para o cinema europeu, a não ser para o cinema inglês. Com os Estados Unidos não dá para comparar por causa de efeitos, tecnologia, e nem é o nosso objetivo, não nos interessa fazer um *Matrix*. Antes, as pessoas diziam: “Ah, não vou ver filme brasileiro porque não se ouve som” ou porque “é uma porcaria”. Não é porcaria nenhuma. Estamos em qualquer festival. O nível do cinema brasileiro subiu. O cinema brasileiro, com um orçamento um pouco mais alto, é parelho com o cinema europeu atual.

Índia e China – a Índia com o Bollywood e a China com um forte investimento na indústria de animação – decretaram a economia da cultura como prioridade. Você acha que a gente vai conseguir chegar perto deles?

O Brasil ainda não tem aquela visão da importância de produzir imagem. Não digo cinema, mas tudo que gere imagem – celular, o que for – é vital na atualidade. Por isso, eu digo que se não fosse a Petrobras nós estaríamos muito atrás. O ser humano ama se ver; ama ver a sua cultura retratada. Não dá para a gente viver com uma cultura de televisão, apenas. Ficar vendo *reality shows* é complicado para a população engrandecer culturalmente. O cinema tem que ir muito mais para dentro da vila, dos Pontos de Cultura, mostrar a realidade daquele pessoal. O mundo inteiro precisa de material visual. É necessário produzir material bom para botar as pessoas para assistir. Óbvio que vai pulverizar totalmente, não vai ter uma mídia tão grande como tinha ao botar em uma TV

Globo. Mas a segmentação está aí, não existe mais volta. Por isso que a China e a Índia estão de olho. Sobre a China não sei tanto, mas a Índia tem todo aquele equipamento, tem maravilhas de estúdios para produzir para o mundo todo. E a China, como produz roupa e imitação de tudo o que é coisa, vai querer produzir cinema que agrade a qualquer país para poder vender. A China não é trouxa. Tenho toda a preocupação com o conteúdo, do engrandecimento da civilização com um material bom, porque não adianta produzir porcaria, não adianta esse cinema B norte-americano. Quem é que vai se desenvolver com isso?

Em sua entrevista a este projeto, o Luiz Carlos Barreto comentou que, no Brasil, há muito mais diretores do que produtores. Você vê isso?

Diretor é o que mais tem. Mas outras funções do cinema também são nobres. É isso que eu falei: nas faculdades, 90% querem ser diretores. E quantos vão ser? Tenho uns 300 roteiros no meu escritório. É óbvio que eu não vou conseguir ler todos. Dou uma olhada na sinopse, vejo se o assunto interessa ou não. Pelo assunto, já sei se vou ler. Dentro desses roteiros têm maravilhas, tem talento ali. Por isso que eu fico louca. Não adianta ser apenas talentoso, tem que ter oportunidade e sorte, porque senão não sai da gaveta de um produtor. Achei que isso fosse coisa do Brasil, e não é. Em Cannes, naquele Cinéfondation, peguei roteiros e projetos de filmes que vão sair, mas que os caras estão tendo dificuldades de levantar recursos. Caras que já foram nominados ao Oscar, que têm prêmios importantes em festivais. E mesmo assim não conseguem. Se fosse uma produtora com mais recursos, ia botar 1 milhão em um filme de um cara da Indonésia, que é maravilhoso. Mas onde é que eu vou recuperar isso no cinema? Vi que os caras lá estão na mesma situação que os brasileiros. Desses estudantes que vão querer ser diretores, poucos vão ser. Não adianta. Todo mundo quer ser diretor, mas ninguém quer produzir. É uma atividade super complicada, estafante. Precisa nascer para isso, tem que gostar. Você vai lidar com egos fortíssimos, lidar com diversos diretores ao mesmo tempo. Não é fácil ser produtor.

Para assistir essa entrevista em vídeo:

<http://www.producaocultural.org.br/2010/09/01/luciana-tomasi/>