

O que Bruno Barreto precisa fazer para ganhar o Oscar

Elisa Tozzi

"Última Parada 174" será o representante brasileiro na corrida pela estatueta de melhor filme estrangeiro. A indicação do Ministério da Cultura dá partida na árdua campanha eleitoral para ganhar os votantes da Academia.



Bruno Barreto nas filmagens de Última Parada 174, no Rio de Janeiro. Seu filme foi bem recebido no festival de Toronto, no Canadá, uma das "prévias" do Oscar. E pode ter a ajuda de uma distribuidora de peso

Para se fazer algo pela metade, é melhor não fazer." Foi assim que o cineasta Walter Salles explicou, em uma carta pública divulgada pela internet, a ausência de seu já aclamado Linha de Passe na lista de filmes brasileiros inscritos na lista do Ministério da Cultura que indicaria o representante brasileiro no Oscar de 2009. O longa, que conta a história de quatro irmãos da periferia paulistana e que consagrou a protagonista Sandra Corveloni com o prêmio de melhor atriz no Festival de Cannes deste ano, era um dos favoritos na disputa. Com sua recusa, Walter chamou a atenção para uma questão que costuma passar ao largo dos cinéfilos-torcedores: não basta fazer um bom filme, é preciso uma alentada campanha eleitoral entre os votantes da Academia de Hollywood. "A corrida pelo Oscar é um processo mais complexo do que parece. Sem uma dedicação de vários meses, as chances de um filme selecionado por um país chegar à final e ganhar são escassas", diz Walter.

A missão de representar o Brasil no maior prêmio do cinema caiu nas mãos do diretor Bruno Barreto, com Última Parada 174, longa de ficção livremente baseado no documentário Ônibus 174, de José Padilha, que retrata o drama de um jovem seqüestrador de um ônibus carioca. Bruno, veterano em disputas, vai se envolver pessoalmente na campanha de seu filme. O processo funciona assim. Cerca de 700 votantes da Academia de Artes Cinematográficas de Hollywood, divididos em três turmas, assistem às produções de língua estrangeira inscritas por diversos países — são cerca de 70 a cada ano. Nessa etapa, a rigidez é grande: os integrantes têm que provar — por meio de tíquetes ou credenciais — que assistiram aos filmes estrangeiros. Em janeiro de 2009, é divulgada a lista dos concorrentes. O vencedor, que será conhecido na cerimônia de 22 de fevereiro, pode ser escolhido por todos os eleitores da Academia de Hollywood, que tem 6,5 mil integrantes. Os acadêmicos não são obrigados a votar em Melhor Filme de Língua Estrangeira, por isso o tamanho do colégio eleitoral varia

nessa fase. As lições de anos anteriores ensinam que pelo menos três coisas são necessárias para concorrer a um Oscar: participar dos festivais certos, ter uma boa distribuidora e caprichar nas sessões para os votantes.

O circuito de festivais começou no mês passado. Em setembro, Última Parada figurou entre os longas exibidos no Festival de Toronto, no Canadá, um dos eventos do calendário internacional que servem de vitrine para os filmes de língua estrangeira. Em 2007, por exemplo, o alemão *Counterfeiters*, ganhador em Toronto, foi também agraciado com o Oscar de filme estrangeiro. "Quando senti que a receptividade em Toronto foi boa, comecei a ter mais expectativas quanto ao Oscar", conta Bruno Barreto. Sair-se bem do festival canadense é passo fundamental. Além dele, participar dos festivais norte-americanos que acontecem no segundo semestre, abastecidos por filmes com chances no Oscar, também é importante para projetar uma produção estrangeira. A mostra de cinema da cidade americana de Palm Springs, da qual Bruno pretende participar, é um exemplo. Em janeiro deste ano, o alemão *Os Falsários*, vencedor em Palm Springs, conseguiu a estatueta dourada de melhor filme não falado em inglês.

Para entender bem como funcionam os mecanismos que levam ao Oscar, é interessante examinar dois filmes que concorreram recentemente ao prêmio: *Central do Brasil*, de 1999, de Walter Salles, e *Cidade de Deus*, de 2003, de Fernando Meirelles. Ambos passaram pelo segundo pré-requisito para concorrer com chances ao Oscar: o périplo das sessões para o público em geral, para chamar a atenção dos votantes da Academia, e depois para os próprios votantes. Walter contou com a ajuda do produtor suíço Arthur Cohn, um veterano em disputas do tipo — ele já concorreu ao Oscar em diversas oportunidades, com filmes como *O Girassol*, de 1970, do italiano Vittorio De Sica, e *Um Dia em Setembro*, do escocês Kevin Macdonald, que ganhou o prêmio da categoria em 2000.

Ainda antes da confirmação de *Central do Brasil* como um dos indicados a melhor filme estrangeiro, Cohn promoveu pré-estréias, festas, entrevistas, comerciais de televisão e exibições privadas em que convidados como Gregory Peck atraíam a atenção da imprensa. Tudo isso para que os acadêmicos tomassem conhecimento da produção, aumentando as chances da escolha. Quando venceu em dezembro o National Board of Review, uma premiação da crítica especializada norte-americana, Walter Salles, Fernanda Montenegro e o então garoto-revelação Vinicius de Oliveira começaram uma peregrinação por nove cidades americanas. Assim que a lista dos selecionados foi divulgada, Cohn deu seu golpe de mestre, levando Fernanda Montenegro (que também concorria como melhor atriz naquele ano) ao popular programa de entrevistas de David Letterman.

A estratégia de superexpor o filme não dá necessariamente certo. No caso de *Cidade de Deus*, as sessões privadas para os membros da Academia fracassaram. Os cerca de 700 votantes responsáveis por escolher os indicados a melhor filme estrangeiro não suportaram as cenas de violência e abandonaram as exibições no meio. A reação negativa deixou o promissor *Cidade de Deus* fora da disputa daquele ano de 2003, quando o alemão *Nenhum Lugar na África* levou a melhor. Mas, em 2004, a luta continuou, encabeçada pelo produtor Harvey Weinstein, responsável pelo estouro de filmes como *O Paciente Inglês* (1996). Depois de perder a estatueta de filme estrangeiro, Weinstein decidiu que *Cidade de Deus* voltaria a concorrer no ano seguinte, nas categorias principais do Oscar. A atuação de Weinstein é uma demonstração do terceiro fator que leva um filme a concorrer ao Oscar com chances: ter uma boa distribuidora internacional.

Weinstein tratou de manter *Cidade de Deus* em cartaz nos cinemas americanos e colocou o filme na pauta da imprensa internacional, com entrevistas e anúncios publicitários. Os esforços renderam frutos inéditos para o cinema brasileiro. Mesmo sem ter disputado a estatueta de

melhor filme de língua estrangeira, Cidade de Deus foi indicado, em 2004, a melhor fotografia, roteiro, edição e direção. Nesta última categoria, Fernando Meirelles concorreu com cineastas veteranos como Clint Eastwood e revelações como Sofia Coppola. Os brasileiros não conseguiram nenhum dos troféus, mas a campanha bem-sucedida do produtor prova que, para conseguir um espaço entre os astros norte-americanos, é preciso investir em lobby pesado. Em 1999, com Central do Brasil, Walter Salles havia contado também com o peso de um estúdio forte. Sua distribuidora, a Sony Pictures Classic, injetou US\$ 1,5 milhão, o dobro do orçamento do longa. Mesmo com o investimento significativo, Central do Brasil não resistiu ao rolo compressor do italiano A Vida É Bela — que, além dos esforços pessoais do ator-diretor Roberto Benigni, se valeu de uma verba de US\$ 12 milhões.

São raros os filmes "azarões" que, com pouco investimento, triunfam na competição. Isso ocorreu em 1998, ano em que o brasileiro O que É Isso, Companheiro?, do mesmo Bruno Barreto, competia. O milhão de dólares aplicado pela Miramax não foi suficiente para que o filme vencesse a surpreendente fita holandesa Caráter, do diretor estreante Mike Van Diem, bem menos badalada.

Fazer sucesso em festivais, ter uma boa distribuidora, caprichar nas sessões para os votantes. Como Última Parada 174 se sai em cada um desses quesitos? O filme já começou bem no circuito dos festivais, com boa acolhida em Toronto. Lá, além de conseguir críticas favoráveis, o brasileiro alcançou trunfo ainda maior: quatro produtoras americanas se interessaram em comprar os direitos da distribuição de Última Parada no exterior. Entre elas, está a Miramax, a gigante cinematográfica responsável pela ascensão de Cidade de Deus no mercado internacional. Se fechar negócio, é a garantia de ter o titânico Harvey Weinstein como "marqueteiro de campanha". Em relação às sessões para os votantes, Bruno Barreto demonstra muita disposição. Projeta pelo menos um mês de dedicação integral ao périplo. "É uma procissão. Quanto mais gente assistir ao filme, melhor. Isso não quer dizer que uma campanha bem feita obriga os jurados a votarem na sua produção, mas nos ajuda a divulgar a fita", explica. Agora, só resta esperar até 22 de janeiro de 2009, data da divulgação dos indicados a melhor filme estrangeiro, para saber se a peregrinação de Bruno valeu a pena.

O filme

Última Parada 174, de Bruno Barreto. Com Michel Gomes, Douglas Silva e Cris Viana, entre outros.

TOZZI, Elisa. O que Bruno Barreto precisa fazer para ganhar o Oscar. **Bravo**, out. 2008. Disponível em: <<http://bravonline.abril.uol.com.br>>. Acesso em 9 out. 2008