

ENTREVISTA COM JOSÉ MANUEL E GÉRARD CASTELLO LOPES

José Manuel COSTA: Embora normalmente se considere 1916 como o ano do começo da actividade da firma Castello Lopes, a imprensa de 1939 noticia a «comemoração dos 25 anos de actividade», o que, se a aritmética não engana, atira o arranque da empresa para 1914. Que «25 anos» é que se comemoraram em 1939? Os da empresa, ou os da actividade individual de José Castello Lopes, supostamente anterior à da criação da firma?

José Manuel CASTELLO LOPES: Não posso responder com exactidão. Da actividade inicial de meu pai, apenas me lembro de ouvir falar das suas viagens a Barcelona, onde tinha muitos contactos, e a Paris, onde trabalhava com a Pathé, firma de que detinha a representação dos aparelhos cinematográficos e dos fonógrafos.

Gérard CASTELLO LOPES: É curioso notar a importância que isso teve na vida dele. E é também interessante verificar que o pai talvez não se tenha apercebido completamente das possibilidades da exploração da Pathé noutros ramos, como o disco, por exemplo. Lembro-me de minha mãe contar¹ que, quando veio para Portugal e foi discípula do Viana da Motta, este fez com a aparelhagem do meu pai as suas primeiras gravações. E numa delas, ela tocou com o Viana da Motta. Mas isso foi nos anos 20, já o meu pai tinha mais de 40 anos e do que ficou para trás é difícil falar.

João BÉNARD DA COSTA: Qual era a profissão de José Castello Lopes antes de se dedicar ao cinema e como é que ele se encaminhou para essa nova actividade?

GCL: Era guarda-livros e foi por via da contabilidade que ele se começou a interessar pelo negócio do cinema. O meu pai era um homem de origem muito humilde. Lembro-me dele falar do primeiro emprego que tivera, ainda miúdo. Uma história perfeitamente dickensiana. Era paquete numa mercearia e até nas noites de Natal e de Ano Novo era obrigado a trabalhar, a separar, em caixas, feijões brancos de feijões pretos. Lembro-me sempre de o ouvir contar essa história que corresponde a uma época e que se teria passado com ele, ou que ele «renascentemente» fantasmou para o seu próprio passado.

Essa marca das origens humildes ficou-lhe durante toda a vida. Mais tarde — e esse é outro aspecto distintivo dele — caprichou sempre em se vestir muito bem. Não seria propriamente um «dandy», mas era um homem que se preocupava muito com a sua aparência. Descer a cavalo a Avenida, etc.

JMC: No período que antecede a primeira guerra não é possível indicarem-se com mais exactidão outros contactos dele com o mundo do cinema europeu?

JMCL: Não. As viagens que fez a Barcelona, a Paris — e também a Berlim — foram já no fim da guerra e visavam contactos profissionais relacionados com a distribuição.

JMC: Esses primeiros contactos para distribuição pareciam ter um objectivo preciso: alimentar a programação de cinemas, nomeadamente o Condes. Isso leva-me a crer que, para José Castello Lopes, a distribuição surgiu como uma resposta às necessidades de exibição?

JMCL: Sim. É fundamental notar que durante toda a sua vida o meu pai foi essencialmente um exibidor. Alguém que gostava de descobrir e preencher as necessidades do público. Ia diariamente às salas e deixava-se ficar tempos infinitos a «sentir» o público, a perceber as suas reacções. Esse foi um dos aspectos mais curiosos da sua personalidade e foi uma das coisas que aprendi com ele. Saber sentir o público, aquilo a que eu chamo «cheirar» o público. O que me aconteceu durante anos: passar as portas de acesso e de imediato, pelo ar que vem lá de dentro, saber que afluência de público tem a sala.

JBC: Essas viagens que referiram, nunca o levaram à América?

GCL: Nunca. O nosso pai nunca foi à América na vida dele. E, nesses anos, era coisa que estava fora de causa. Ainda sem aviões, está a imaginar o tempo e o dinheiro que custava uma viagem aos Estados Unidos. Sei é que ele ia muito frequentemente a Barcelona e a França. Foi numa dessas viagens que conheceu a minha mãe, que tinha 18 anos quando casou com ele.

JMC: Se tivesse de caracterizar o «dedo» de José Castello Lopes na actividade cinematográfica que marca própria é que gostaria de sobrevalorizar?

JMCL: Um profundo conhecimento do público. Sabia exactamente o que é que o público queria, o que o levava a apostar com confiança ilimitada em certos

¹ Maria Antoinette Leveque, primeira mulher de José Martins Castello Lopes. Foi depois casada com Pedro Freitas Branco.

filmes. Casos houve — e recordo-me dos *Miseráveis*² e da *Sissi*³, por exemplo — em que nos dizia para darmos «tudo» o que fosse pedido. Ora isto, é posição muito mais de exibidor do que de distribuidor.

GCL: Telefonava-nos ou escrevia-nos coisas do género: «Compre-me esta fita por qualquer preço». Ora isto é aproximadamente a mesma coisa que um chimpanzé escrever uma equação do 2º grau, quer dizer, é de todo implausível o meu pai dizer uma coisa destas. E ainda por cima não se enganar! *Os Miseráveis* foi um bom negócio e a *Sissi* foi uma coisa monumental. A **Sissi** está hoje na Lusomundo que começou precisamente com esse filme.

Ele tinha, de facto, esse «feeling». Mas era só nessas coisas que ele acertava e esses furos não eram suficientes. Foi uma das grandes lições que nós, o José Manuel e eu, aprendemos com ele. Por contraste, se quiser. Não é possível organizar um negócio de distribuição cinematográfica na base dos grandes golpes, só com fitas excepcionais, como a **Sissi**, e pagar seja o que for. O nosso percurso prova-o. Há um dia em que os grandes golpes se acabam. E depois, nunca se sabe quando é que uma fita vai ou não ser um grande sucesso. Ultimamente temos tido alguma sorte nesse domínio, mas é muito raro ter a certeza absoluta.

JMCL: Nunca se tem a certeza absoluta. Até porque a televisão é hoje uma coisa muito perturbante. Antes da televisão o público era diferente. Podia-se antever com uma boa dose de certeza o que é que «ele queria». Com a televisão e depois com a televisão a cores, o público foi confrontado com outro tipo de espectáculo, com outro ritmo de contar as histórias. Parte do público desertou das salas de cinema e o que ficou é muito mais volúvel e sensível à mudança.

Os êxitos obtêm-se à custa de milhões, como é o caso de *África Minha*. Nesses casos a produção investe tudo, porque aquilo tem de ser um êxito enorme. Só que a produção corrente é muito mais difícil e penso que os homens de outras épocas ver-se-iam muito aflitos para conseguir vencer nos nossos dias.

JMC: Permita-me que volte um pouco atrás, à primeira fase de Filmes Castello Lopes. O José Manuel Castello Lopes disse-nos que os primeiros contactos do seu pai teriam sido para a distribuição de filmes europeus. Mas, lendo as notícias dessa época, sente-se que José Castello Lopes terá sido um

dos primeiros a inflectir o mercado em relação à produção americana, até aí pouco forte em Portugal.

GCL: Isso para mim é um grande mistério. Ainda não consegui encontrar os mecanismos que o possam ter levado de Lisboa para Barcelona, de Barcelona a Paris, de Paris a Berlim e eventualmente a Londres. E o maior mistério é como chega aos Estados Unidos. Não sei quando e como é que começa, mas sei que os catálogos de filmes americanos desta casa são uma coisa esplendorosa. Desde muito cedo.

JBC: Em 1916 a produção é esmagadoramente francesa, italiana e em parte da Escandinávia. O que se mantém sensivelmente até 1917 e 1918. Depois começam a aparecer maciçamente os filmes americanos. Filmes do Cecil B. DeMille, da Mary Pickford, do Dwan, do Raoul Walsh. E os anos 20 vão ser dominados pelos grandes clássicos do cinema americano. Griffith, DeMille, Buster Keaton, Chaplin e o seu *Woman of Paris*...

GCL: O pai apresentou o *Woman of Paris*?

JBC: Sim. Em 1924 ou 25.

GCL: Olhe que eu não sabia! E não percebo como é que ele estabeleceu a ligação com os Estados Unidos.

JMCL: Penso que foi em Barcelona, com os directores das companhias americanas. Ele convence-os a procederem à exploração directa em Portugal. Barcelona era um grande centro do cinema americano na Europa, onde eles tinham um agente directo de cada companhia, da Biograph, da Vitagraph. E foi a eles que o pai disse: «Mas porque é que vocês hão-de estar a passar por aqui? Nós podemos fazer isso sem intermediários e o dinheiro manda-se logo para os Estados Unidos. É muito mais rápido e económico.»

GCL: E o pai já tinha a Pathé! O que lhe deve ter servido de cartão de visita para os americanos, porque era então uma companhia gigantesca.

JMC: Instalada, de resto, na América.

GCL: E estava instalada na América. Quem sabe se a própria Pathé não o apoiou nessa iniciativa.

JBC: Só em 1926 e apenas para falar de grandes promoções, há a *America*, *Way Down East*, *Orphans of the Storm* e *Judith of Bethulia*, todos do Griffith, *The Arab* do Rex Ingram, *Robin Hood* do Allan Dwan, *Sherlock Holmes Jr* do Buster Keaton, *Woman of Paris* e *A Dog's life* do Chaplin, *The Hunchback of Notre Dame* com o Lon Chaney. Os filmes de 1926 bastavam para fazer à vontade uma retrospectiva.

² *Les Misérables* (Os Miseráveis. 1936), de Jean Paul Le Chanois, com Jean Gabin, Bourvil, Serge Reggiani. Estreado nos cinemas Condes e Monumental a 28.10.1958.

³ *Sissi* (Sissi, 1955), de Ernst Marischka, com Romy Schneider. Estreado no cinema Monumental a 2.10.1956.

GCL: Mas será que todas essas fitas eram nossas? Eram mesmo fitas Castello Lopes?

JBC: Segundo a nossa investigação todos esses filmes têm a marca Castello Lopes.

GCL: Não há dúvida nenhuma que há aí uma compressão de obras-primas. «O que é que há para trás?» deve ter perguntado o pai. E deve ter sido assim que semana sim, semana não, se podia mostrar um Griffith. É um espanto. Tal como diz o José Manuel deve ter sido por Barcelona e deve ter sido com o empurrão da Pathé que o pai estabelece essa ligação com os americanos.

JBC: Mais tarde, nos anos 30 e 40, sobretudo a partir de meados dos anos 30, a produção americana baixa consideravelmente em Portugal. Terá sido uma mudança de política dos americanos em relação a Portugal?

JMCL: No fim dos anos 30, os americanos deixam de vender os filmes a distribuidores locais e passam a abrir os seus próprios escritórios em Lisboa. A Paramount foi a primeira, em 1927. Em 1934 Lazare Leon, então director da Metro em Bordéus, vem transferido para cá. Era um homem extraordinário e em 1936, viria a ser director do Grémio de Espectáculos. Depois da Paramount e da Metro vieram a Universal, a Fox, a RKO.

JBC: Cada uma explorava o seu cinema?

JMCL: Não. Escolhiam mais ou menos os cinemas para a estreia, mas só exploravam os filmes. Não tinham laços directos com as salas.

JBC: Recordo-me, quando era miúdo, que a Metro estreava no S. Luiz, a Fox no Tivoli, a Paramount no Eden...

JMCL: Pode dever-se à coincidência do número de empresas americanas e de cinemas importantes de estreia. Seriam mais ou menos seis ou sete. Naturalmente cada companhia começou a contratar com um cinema para ver asseguradas as suas estreias sem interrupções. Assim já se sabia: a Fox no Tivoli, a Paramount no Eden que também exibiu filmes da RKO, a Warner no Politeama, a Metro no S. Luiz... Enfim, um meio pequeno.

JBC: A propósito de uma acusação que faziam a seu pai de favorecer o Tivoli contra o Condes, na programação, gostaria de lhe perguntar quando é que ele abandona a programação do Tivoli?

JMCL: A verdade é que ele não programa o Tivoli. O meu pai, a Companhia Cinematográfica e o Raúl

Lopes Freire fizeram um acordo de programação em 1924, em que, pelo facto do Tivoli se encontrar «fora de portas» — era lá longe, nas hortas — as três empresas se uniam e eram solidárias no fornecimento de filmes ao Tivoli. Foi um grande risco, mas o Tivoli firmou-se como um excelente cinema desde o princípio. Isso apesar do afastamento, porque os Restauradores funcionavam como o fim de tudo. Era os Restauradores na baixa e o S. Luiz lá para cima. Havia outros cinemas de menor importância. Alguns abriram nessa altura, nos anos 20. O Liz, logo a seguir o Imperial, hoje Pathé...

JMC: Há então uma altura em que o Tivoli deixa de estar nas mãos deles...

JMCL: Nunca estive na mão de ninguém. Havia apenas um acordo.

JMC: Em todo o caso, faziam os três a programação do Tivoli, o que acaba nos anos 20.

JMCL: Exacto. No fim dos anos 20, o Tivoli retoma a sua independência, caducando o acordo entre o meu pai e os outros dois distribuidores. Mas nós continuamos a fornecer o Tivoli até à segunda guerra. Só que nós tivemos uma guerra «muito má». E as nossas listas da guerra eram escassas e fracas. Foi então que a Fox entrou em força no Tivoli, com filmes de outro calibre.

JBC: Embora os americanos tenham vindo instalar os seus próprios escritórios, há um estúdio que a Castello Lopes distribui sempre, a Columbia. Houve alguma razão especial?

GCL: Foi a que escapou.

JMCL: Entenderam que não era oportuno instalarem-se em Portugal. Só em 1952, quando nós os deixamos de representar é que vêm para cá.

GCL: «Not quite». Durante dois anos trabalham com o Fernando Santos: A Sonoro Filmes, outra grande casa da época.

Mas, sobre toda esta questão dos americanos virem ou não para cá, eu tenho a ideia de que o pai não entendeu qual o vector que o cinema ia tomar. Entendeu a princípio, mas depois não foi capaz de extrapolar. E claro que é sempre fácil falar das coisas «post facto», mas muita gente, em todo o mundo, adivinhou que a força do cinema ia estar nos circuitos de salas. Isso escapou ao pai, não obstante ele ter tido um cinema em Cascais, outro em Sintra, outro em Beja. E teve o cinema Europa.

JBC: O Europa foi dele?

JMCL: Foi exploração dele.

GCL: Teve um cinema em Alcântara. Mas a história do Tivoli, com o tipo de acordo que eles fazem, noutro país corresponderia imediatamente a um pedido de entrada para a sociedade. Tal como: «Sim senhor, forneço-lhe as fitas. E a melhor prova de que vou fornecê-las é dar-me 10% ou 15% do capital». Portanto, mesmo sem querer «secar» os cinemas, existiu a possibilidade concreta de expansão no sentido da exibição, possibilidade que o pai, por uma razão que nunca alcancei, não quis aproveitar. Se ele se tivesse expandido como exibidor, na altura em que era de facto um grande magnate e tinha todas as fitas, talvez pudesse ter criado a base de um força que, sem torcer o braço a ninguém, se tivesse oposto à invasão maciça dos americanos. Nem o pai teria sido ejectado das grandes salas — O Tivoli, o S. Luiz, o Eden, sentem-se livres — ficando apenas reduzido ao Condes. Devia ter-se expandido. Assim ficou sem defesa e com uma grande escassez de filmes, uma vez que são as próprias sucursais que os passam a distribuir.

JMC: A entrada dos americanos verificou-se mesmo noutros países da Europa. Até que ponto seria possível opor-se-lhe com êxito? É que no fim da segunda guerra, dentro dos Estados Unidos, com o célebre caso Paramount, o regime de monopólios...

GCL: Diga oligopólios, não diga monopólios...

JMC: ...é posto em causa, partindo a espinha à ligação distribuição-exibição...

GCL: O sistema é vertical: produção-distribuição-exibição.

JMC: O fim desse sistema vertical abriu a livre concorrência a nível da exibição. Curiosamente, os americanos tentam então «exportar» o sistema vertical para o exterior, tentando o controlo absoluto, a partir de 1945, criando na MPAA, um sector — a Motion Pictures Exportation Association — destinado a esse fim. Que país europeu é que estava em condições de resistir a essa manobra de controlo da distribuição?

GCL: Era difícil. Mas não se esqueça que essa política é prosseguida depois da guerra. A implantação das sociedades americanas, uma a uma, em Portugal, é dos anos 30. Mesmo nessa altura não era possível impedir os americanos de se instalarem. Era impossível dizer-lhes: «Os senhores não se implantam em Portugal, porque nós não lhes damos as nossas salas». Mas se o pai dispusesse de um parque de salas as coisas ter-se-iam passado de outra maneira.

JMC: Quais são os processos concretos usados pelos americanos no domínio do mercado: a exportação de filmes em bloco, fixação de preços...?

GCL: Não é nada disso. Essencialmente é porque eles apresentam o produto que toda a gente quer.

JMC: Mas dois dos aspectos que estavam em jogo, na altura da criação do MPEA, quando quiseram controlar o mercado dos Estados Unidos, eram esses. As companhias americanas unem-se para aparecerem como um só interlocutor e fazer exigências ao mercado europeu?

GCL: «Not quite».

JMC: Qual é então o sistema?

GCL: Eles funcionam a uma só voz quando o obstáculo que se levanta não é de ordem individual. De resto, nunca senti sobre nós o «bafo» da MPEA. Eles só intervêm em questões de carácter oficial. Por exemplo, quando um Governo, por qualquer razão, faz bloco contra o cinema americano. Nas nossas relações bilaterais com companhias americanas nunca senti a menor pressão desse tipo. A única multilateralidade que decorre da relação contratual vem expressa especificamente no contrato dizendo que todas as cláusulas deste se submetem à decisão da MPEA. Se a decisão for contrária às disposições do contrato, nós temos de acatar essa decisão.

JMC: O sistema de exportação funcionava em bloco? Ou seja, as companhias americanas impunham a compra por arrastamento de certos filmes para negociarem outros?

GCL: Sim. E isso sempre se processou em relação a todos os mercados produtores. Se você produzir cinco fitas tenta vender o conjunto das cinco e não cada uma delas. Ora, eles tinham filmes que toda a gente queria porque se sabia que iriam encher as salas. E todos os exibidores estão dispostos a pagar muito caro para obterem um êxito seguro. Com esses filmes, procuram vender conjuntamente o resto da produção. Trabalhar com uma companhia é trabalhar com todos os filmes dessa companhia. Repare. Há sempre uma razoável transferência de risco que vai da produção até à sala de cinema. Por perversões diversas do mercado — históricas e sociológicas — houve grandes desvios nesse circuito, mas o circuito saudável em que o produtor põe o dinheiro e faz a fita, dá-a ao distribuidor, este ao exibidor que, por sua vez, a dá ao público, esse circuito, essa transferência de risco sempre funcionou de maneira extraordinariamente correcta com os americanos.

Recolhem lucros fabulosos, mas evitam uma ambiguidade que é para mim a morte do cinema e que é a do adiamento do dinheiro do distribuidor ao produtor. A interferência do dinheiro dos distribuidores no circuito de produção é para mim uma das grandes doenças do cinema europeu, como se sabe, em vias de extinção.

JMCL: Só que é já prática universal os produtores independentes, igualmente americanos, contarem com o avanço do futuro distribuidor. Só as «majors» é que têm grandes capitais ou forças de crédito que se podem dar ao luxo de fazer um «line up» de 10, 15 ou 20 filmes, com investimentos de 300 ou 400 milhões de dólares, sem ir pedir dinheiro aos distribuidores, tanto mais que têm organizações de vendas — representadas em todos os países — melhores do que quaisquer outros. O sistema de controlo é perfeitíssimo e o repatriamento das receitas é rápido. Se saírem com um filme em Nova Iorque no dia 10 de Agosto, sabem que até ao fim do ano esse filme já terá sido exibido em toda a parte do Mundo, o que lhes garante um «cash-in» brutal. Isso explica os grandes estúdios, os grandes filmes e as grandes super-produções. Além de que o sistema de crédito americano é, de facto, um sistema que funciona com grande franqueza e com juros talvez mais baixos do que em qualquer país europeu. O resultado é que não há comparação entre o produtor americano e o não-americano.

GCL: Um francês que eu conheço fez fortuna a emprestar dinheiro a 600 ou 800%... a um produtor a quem faltava uns 20 000 a 50 000 dólares para acabar um filme. Em França os financiadores põem-lhe a corda na garganta, exigindo-lhe uns 75 000 no fim do filme. E o produtor ainda é obrigado a achar aquilo uma benesse. Quando o filme está pronto e o filme sai os primeiros dinheiros são para pagar o empréstimo. Isto é usura, no sentido mais estrito do termo, e é uma prática institucionalizada na Europa. Nos Estados Unidos também existe, mas a outro nível.

JMCL: Penso que esses casos não fazem regra. A capacidade comercial dos produtores europeus é posta em causa e com muita razão, porque fazem os filmes, nós compramo-los e quando os mandam não os fazem acompanhar das campanhas de lançamento... Não têm ideia nenhuma de «marketing». Não se interessam pela vida do filme, pela sua política de promoção em cada país. Nisso os americanos são exemplares. Imaginam campanhas de publicidade diferentes de país para país. Às vezes recebemos três ou quatro campanhas diferentes de lançamento de um filme para escolhermos a que melhor se coadune com o nosso país. São profissionais a 100%. Os europeus são quase todos amadores. É também por isso que o

cinema europeu está moribundo, com as honrosas excepções que se conhecem. O filme italiano não se vende em parte nenhuma e o francês vai pelo mesmo caminho. Não se acompanhou a evolução muito rápida do público. Nos anos 40, o que valia na altura, valia durante mais alguns anos. Agora, o que vale hoje já não vale amanhã. Só os americanos é que souberam responder eficazmente a esse desafio.

JBC: Faço agora apelo à vossa memória. Têm ideia de quais possam ter sido, segundo o vosso pai, os grandes anos? Quais foram para ele os bons e os maus tempos?

JMCL: Penso que os «bons» foram até à guerra. Os anos maus foram os da segunda guerra. E também os anos 50. Em 1950, o nosso pai já tinha 70 anos. Não se lhe podia exigir que aceitasse pacificamente a tremenda evolução que o cinema teve, por exemplo, a partir do cinematóscopo. Estava cansado por 56 anos de trabalho.

JBC: Ele trabalhou até ao fim?

GCL: Trabalhou até ao dia em que morreu. Despedi-me dele aqui, às seis e meia, e ele morreu às nove e um quarto.

JBC: Numa entrevista refere-se a sua participação na produção, afirmando-se que ele era um dos principais accionistas da Tobis, em 1939. Cito: «Quem conheça toda a contribuição prestada por V. Exa. ao cinema nacional, contribuição monetária para a realização dos primeiros filmes e para a organização da Tobis Portuguesa da qual é ainda hoje um dos maiores accionistas...»

JMCL: Eu não sei. Presumo que ele tivesse tido quotas de valores diferentes na Tobis. Pode ser que a sua importância como accionista nem lhe viesse directamente da percentagem quotista no capital. Pode ser que fosse accionista através de cedência de material e de contribuições importantes para execução de alguns filmes, caso dos célebres documentários dos 100 metros. Era centenas e foram feitos na Tobis.

JMC: Na reportagem da comemoração dos «25 Anos» lê-se: «...seguiu-se uma visita aos modernos laboratórios da Firma Castello Lopes, dirigidos superiormente pelo conhecido operador Aquilino Mendes.» Esses laboratórios tinham a ver com essa actividade de produção a que se estava a referir?

JMCL: Não. Eram laboratórios de legendagem. Situavam-se no rés-do-chão da casa que habitávamos na Avenida da Liberdade, onde hoje é o Hotel Tivoli. Uma vivenda parecida com a que está

ao lado, que era dos Vale-Flor, e tinha uma grande cave e um jardim. O meu pai montou o laboratório na cave. O Aquilino Mendes era o chefe de serviço e o laboratório acabou de morte macaca. A ideia estava certa, mas as circunstâncias erradas. O pai não fez bem os cálculos e o Aquilino acabou por ficar com o laboratório.

JBC: Quando é que o José Manuel Castello Lopes começa a trabalhar com o seu pai?

JMCL: Em 1955 e sempre em grandes disputas com o meu pai. Comecei no Condes, para saber como funcionava um cinema. Com excepção da cabine de projecção, corri tudo, porque realmente a minha paixão era o «show business»!

A primeira coisa importante que aprendi foi que o nosso gosto tem muitas vezes pouco a ver com o gosto do público. As cenas que, em certos filmes, eu teria vontade de suprimir, por parecerem ridículas, acabavam por ser as que mais gargalhadas despertavam e as que com mais entusiasmo eram recebidas.

Há várias formas de se estudar o gosto do público. Uma delas é passar, como eu passei, muitas sessões, de costas viradas para o écran, a olhar as pessoas. Conhecia bem os filmes, evidentemente, e sabia a que fases é que estavam a reagir. Descobre-se, afinal, que o gosto do público tem facetas muito nítidas. Se um filme não agrada até aos 15 ou 20 minutos, está duma maneira geral morto. E esse o tempo que o público dá a um filme para mostrar o que vale. Raramente um filme chega a salvar-se se os primeiros 20 minutos não valerem. Depois de uma má primeira parte, e ainda por cima com o intervalo, há um fenómeno de rejeição que pode ser inconsciente.

JBC: Quando é que aparece o emblema da águia?

JMCL: Em 1940, quando éramos distribuidores da Columbia. Encomendámos esse genérico em Hollywood.

JBC: Porquê a águia?

JMCL: Não sei. Talvez porque o Virgílio Costa, que era o gerente do Condes, fosse militar, a águia tinha, na altura, uma conotação de importância...

JBC: A música era a actual.

JMCL: A mesma. Já foi retrabalhada. Aliás, cheira logo a americana.

JMC: Nos anos 50, qual o peso relativo do cinema americano e europeu na distribuição?

JMCL: A quota do cinema europeu era importante. Muito maior do que hoje, sem comparação. O cinema italiano e o cinema francês davam cartas. E mesmo o cinema inglês que encontrou o seu ponto de apoio no cinema S. Jorge. Nós distribuíamos os franceses, a que sempre tínhamos sido fiéis, e recomeçamos a distribuir o cinema italiano e a trabalhar com o mercado alemão.

JBC: Em que é que fundamentalmente incidiam as suas divergências com o seu pai?

JMCL: Em quase tudo quanto era cinema.

JBC: Mas sobre a política da casa?

JMCL: Na política de compras, de preços. Para o meu pai tudo o que excedesse dois mil dólares era caro. Ele pensava comparativamente com outras décadas. No fim dos anos cinquenta o meu irmão e eu demos, de facto, a volta à organização. Começámos pelo cinema. Equipámo-lo com cinemascopes. Deitar abaixo tudo o que havia de concepção de teatro no Condes, de modo a só haver lugares de frente, para que o écran pudesse ir de parede a parede. Eram coisas muito caras e o meu pai não sabia se valia a pena. Alteramos a política de compras, diversificando, fazendo uma penetração mais agressiva no mercado. 1964 foi um ano muito importante para nós, porque passámos a distribuir a Metro-Goldwyn-Mayer, que se separou da Fox e passou para os nossos escritórios.

JBC: Foram dos primeiros a abrir e os primeiros a fechar?

JMCL: Foram. A Fox fechou em 1972 e passou a ser distribuída por nós. Em 69 fechou a Paramount e a Universal era já distribuída pela Lusomundo. A Paramount fechou e juntou-se à Universal na Lusomundo, formando a CIC. A RKO desapareceu. A Warner juntou-se à Columbia nos anos 70 e em vários países do mundo têm escritórios em comum. Uniram-se por uma questão de economia e são os únicos que mantêm escritório independente em Portugal. Em 1967 o Condes fecha para obras no Verão, e instala-se, depois de grandes transformações no seu interior, o sistema de projecção de 70 mm e do som estereofónico. A mais moderna aparelhagem da Philips. Uma semana depois de abrir, durante a noite, o recheio arde completamente! Presumiu-se como causa do acidente uma ponta de cigarro... E todo o mundo se atirou com unhas e dentes à tarefa de reabrir o Condes... em 38 dias! Um enorme cartaz na fachada indicava dia a dia quantos dias faltavam para abrir... Uma nova forma de suspense para um público que apostava na data da reabertura.

E em 1968 o Condes apresenta pela primeira vez em Portugal *E tudo o vento levou* na sua versão de 70 mm. Um momento muito alto na história deste cinema.

JBC: Esses anos foram também os anos de maiores problemas com a censura?

JMCL: É um facto, muito embora sempre tenhamos tido problemas. Desde a proibição da *Gilda* de Charles Vidor com Rita Hayworth em 1947 até ao fim do regime houve sempre muitos problemas. No meu tempo nunca houve abrandamento até à dita Primavera Marcelista. De 1955 a 69, a censura deu-me 16 anos de vida amargurada. Depois de 1971 até à Revolução, apuravam a severidade e retiravam a prepotência que existe em toda a censura. Quer dizer que tenho 20 anos no activo de luta contra a censura. Os dossiers dos recursos são a prova disso.

JBC: Tinha de pagar a cópia censurada?

JMCL: Muitas vezes. Por vezes mandávamos a cópia virgem, sem legendas, porque o corte de legendas obrigava ao corte da imagem. Talvez o episódio mais curioso seja quando fui preso.

JBC: Foi dentro? Conte lá isso!

JMCL: Visitei Caxias... em Setembro de 1968 o lançamento publicitário do filme *Le Samurai* coincidiu com o internamento de Salazar na Cruz Vermelha. Ora a Belarte — que distribuía a nossa publicidade — colocou perto desse hospital alguns cartazes onde se lia o título português do filme *A Solidão do Tigre* e as frases publicitárias «Matar com honra — Amar sem esperança — Morrer só». Almas generosas viram naquilo óbvia ligação (!) com a doença do Presidente do Conselho. Era certamente obra demoníaca e era necessário prender o monstro...

O Inspector dos Espectáculos (que tinha autorizado os anúncios) encolheu-se, e o Subsecretário de Estado da Presidência do Conselho, de seu nome creio que Paulo Rodrigues, ordenou a minha prisão. Como nota humorística dum caso que não teve graça nenhuma: quando exhibi ao chefe da brigada da PIDE a cópia das frases de publicidade aprovadas pela Inspeção dos Espectáculos e o levou a convocar o Inspector dos Espectáculos para testemunhar, respondeu-me: «Se esse cá vier, também cá fica!» Um Estado dentro de um Estado.

JBC: Os vossos recursos eram praticamente sistemáticos. Conseguiram em alguns casos alterar a decisão inicial da censura?

JMCL: Conseguimos a aprovação de vários filmes, o levantamento de cortes e a autorização de material

de publicidade que tinham reprovado. Recursos interessantes: os *Comediantes*, *António das Mortes*, *A Regra do Jogo*.

Mas importantes títulos da cinematografia mundial foram inadmissivelmente reprovados em Portugal, o que contribuiu para o atraso cultural do público que vai ao cinema. Não é por acaso que se chega a 1975 com menos salas do que em 1950.

JBC: Que consequências é que teve de reentrega, nos anos 60 e 70, da representação das companhias americanas a distribuidores portugueses?

JMCL: Houve um novo ressurgimento que não mais parou. Inauguramos o Londres em 1971, já estávamos a programar o Rivoli no Porto e a partir de 1980 fizemos uma expansão para sectores importantes da província como Setúbal, Cascais, Viseu, etc.

Pensamos continuar uma política de salas a abrir nos lugares mais credenciados, com características modernas e com um conforto que seja atraente para o público. Sabe que até há poucos anos funcionava uma Comissão Reguladora de Construção de cinemas que vetava as novas construções mediante critérios algumas vezes incompreensíveis. Não autorizava a construção de salas em edifícios com outros fins, o que significava que se tinha de construir um prédio inteiro. Por isso é que se construiu o Monumental, o Império, o S. Jorge e o Condes (na reconstrução de 51). Era anti-económico fazer cinemas em Portugal. A legislação era anti-económica e anti-cinema. Apesar dos filmes já não arderem.

JMC: Depois deu-se o abandono das salas grandes.

JMCL: É um ciclo vicioso. Aqui e no estrangeiro as salas que foram construídas obedecendo a normas anacrónicas, como as dos anos 50, com o advento da televisão passaram a ser «salas condenadas», porque tinham uma operação muito cara, com muito pessoal. A alternativa é fazer multi-complexos, oferecendo ao público várias alternativas no mesmo sítio.

JMC: É o êxito do Quarteto...

JMCL: Do Quarteto ou dos Alfas, por exemplo. Os espaços valem muito dinheiro e têm de ser racionalmente aproveitados. Depois do 11 de Março e com a crise económica, quem é que teve coragem de investir em Portugal? Isto apesar do público, nos anos que se seguiram ao 25 de Abril ter tentado colmatar um certo atraso provocado pela censura. As taxas mais altas de frequência são em 1976, com 42 milhões de espectadores. Em 85 baixou-se para 19 milhões e 800 mil... O português vai ao cinema

menos do que 2 vezes por ano, quando em 76 ia 4,6, o que constitui o nosso recorde absoluto.

JMC: Essa baixa de frequência não é só nacional. Em compensação o cinema é ainda, em Portugal, um negócio mais rentável do que em alguns países da Europa.

JMCL: Não conheço nenhum outro país em que...

JBC: O caso da Inglaterra, por exemplo.

JMCL: É um caso estranho. Tiveram uma grande baixa de frequência. Os ingleses são muito tradicionais. Não modificaram as estruturas como o fizeram os franceses. Mas nos outros países a situação é melhor do que entre nós. A França, mesmo a Itália, a Grécia... e a Espanha, onde um filme de sucesso chega a facturar 3 milhões de dólares, isto é, 500 mil contos.

JBC: E aqui?

JMCL: Aqui, um filme que facture 50 mil contos é um enorme êxito. Em Espanha factura dez vezes mais, no mercado italiano vinte vezes mais e no francês quinze vezes mais. Nem sequer ousa falar no mercado americano...

JMC: Ao longo da história da Castello Lopes o sistema de compra dos filmes tem sofrido variações ou o tipo de percentagem é estável?

JMCL: O termo «compra» dá ideia de um direito de posse que não existe. O filme pertence ao produtor, nós apenas fazemos a sua difusão. O suporte pertence sempre ao produtor. Os processos, no entanto, variam: quando se trata com um produtor independente adquirem-se com um mínimo de garantia determinados filmes por um prazo de «X» anos, findos os quais os direitos cessam; quando se trata com as «majors», assegura-se o «line up» anual, com determinadas garantias, entendendo-se por «line up» o conjunto de filmes que constitui o mostruário desse ano.

JBC: Qual a razão porque a Castello Lopes, das grandes companhias americanas ficou apenas com a distribuição da Fox?

JMCL: Por razões que não estava ao nosso alcance obviar. Devido à constituição da CIC primeiro e da UIP depois. A Universal era representada por uma distribuidora em Portugal e quando a Paramount fez com esta um acordo de distribuição para fora da América, entrou para a distribuidora da Universal, na forma de CIC.

Em 1972, a Metro deixou-nos porque fez um acordo mundial com a CIC para a distribuição. Esse acordo

durou 10 anos. Antes do termo a Metro adquiriu a United Artists. Como tinha o contrato com a CIC, a Metro integrou a nova unidade nesse esquema de distribuição. Com estas quatro empresas constituíram a United International Pictures. É esta a razão. E isso aconteceu em Portugal, como aconteceu em todos os outros países do mundo, excepto na América.

JBC: Como é que se explica que a distribuição seja maioritariamente dominada pelos filmes americanos?

JMCL: Porque os americanos apresentam o produto que o público quer ver. São eles que fazem aquilo que faz o público sair de casa para ir ao cinema. É por isso que 65% do nosso mercado é ocupado com filmes americanos.

Por outro lado, as características e a popularidade das séries americanas de televisão facilitam a assimilação do seu cinema, facilita o seu reconhecimento, muito embora isso só não explique a grandeza do cinema americano, que já fazia parte da nossa cultura muito antes da televisão aparecer.

JBC: Parece-lhe que, hoje, seria mais difícil a uma pessoa como o seu pai, por exemplo, formar uma companhia?

JMCL: Sim, porque hoje o terreno está quadriculado, enquanto nessa época era terreno virgem. Os encargos financeiros, o preço dos filmes, o número de cópias, a organização necessária, fazem das distribuidoras uma espécie de extensão das produtoras. As distribuidoras têm que ter os seus «outlets» prontos na hora, para estrear os seus filmes, senão morrem. Não se pode ficar com o filme na prateleira à espera que os cinemas tenham datas livres para o exibirem. Os atrasos custam muito dinheiro.

JMC: Mas a questão decisiva não é, justamente, a de o distribuidor não ter por vezes acesso à sala?

JMCL: Apesar de tudo há muitas salas que são independentes. O acesso existe.

JMC: Diz-se também que a ligação distribuição-exibição é muito maior em Portugal do que noutros países da Europa...

JMCL: Não penso que seja verdade. Em França, três grandes empresas, a Gaumont, a UGC e a Pathé, dominam todo o mercado de produção, distribuição e exibição. Gerem tudo. Distribuem os novos cineastas, modernizam as salas... Conseguem isso porque têm a dimensão adequada. Não há nenhum cineasta francês que se queixe por não ter lugar. E

conseguem que o cinema francês seja bem visto em França e seja um sucesso.

Nós também fazemos um grande esforço pela difusão do filme português mas o público não se mostra muito entusiasta, com excepção da recepção a filmes como *O Lugar do Morto* e poucos mais. Estamos muito condicionados pelos pesados custos das nossas organizações, pela debilidade do escudo face às outras moedas estrangeiras, os laboratórios são caríssimos e o público revela fraco poder de compra. Temos de ter empresas capazes, mais racionais, extremamente profissionalizadas, senão não sobreviveremos...

JMC: Quantos filmes distribui em média por ano?

JMCL: Cerca de 60. A média tem de ser alta para podermos pagar os custos de organização.

JMC: Há uma percentagem significativa de filmes que fica na prateleira por não se encontrar o tempo adequado de exibição?

JMCL: De uma maneira geral todos os filmes são exibidos. Há, por vezes, atrasos, mas sem grande importância.

O nosso problema maior é o do poder de compra do público. Quando em 1984 instituímos os preços reduzidos, à segunda-feira, conseguimos fazer desse dia, um dia popular de cinema em Portugal. Se as pessoas tivessem maior poder de compra, iriam mais ao cinema, ao teatro, ao ballet. Enfim, gastar na cultura.

A exibição é, ainda por cima, esmagada com os impostos, o mais atroz dos quais é o dos 15% para o Instituto Português de Cinema. É uma violência que vem do antigo regime. É uma lei de 1973 que os sucessivos Governos posteriores mantiveram zelosamente. O Governo quer afinal fazer «x» fitas portuguesas com o dinheiro que tira das caixas dos exibidores. É por isso que o adicional não acaba e é por isso que o cinema português não melhora.

JMC: Existe uma extensão da distribuição portuguesa para os novos países africanos?

JMCL: Não. Está tudo parado. Na situação em que eles estão, de crise e de fome, como é que podem pensar em cinema?

Mas permita-me, para concluir, que retome o panorama crítico actual da distribuição e exibição. Este é um negócio de apaixonados, um sacerdócio. E assim continuará enquanto o Governo não lhe reduzir os impostos e as taxas exorbitantes. Não se lhe pede subsídios, pede-se-lhe que não se continue a fazer uma política anti-cinema, igual em tudo à política do antigo regime. O Estado tem que repensar a sua política de cinema.

O cinema é uma das coisas que nos restam para evitar a estupidificação definitiva diante desse tiranete que é o pequeno écran. A televisão é uma coisa que não tem a qualidade do cinema. E o contrário do cinema. Sem falar no aspecto ritual que faz do cinema um local de culto que associa grupos de pessoas e que as irmana durante o tempo que dura um determinado espectáculo. O aspecto social dessa circunstância é da maior importância.

In

70 anos de filmes Castello Lopes / textos de Luís de Pina, João Bénard da Costa, Manuel Cintra Ferreira, Fernando Lopes e José Manuel Costa. Lisboa, Cinemateca Portuguesa, 1986, 161 p.