



**Cinema Novo e Vera Cruz**  
**Análise da diferença e semelhança entre o movimento artístico-cultural e a**  
**companhia cinematográfica<sup>1</sup>**

Fábio José de Souza<sup>2</sup>  
Daniela Duarte Dumaresq<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

**RESUMO**

O presente artigo se pretende a uma análise do que houve de divergente e em comum entre a Companhia Cinematográfica Vera Cruz e o movimento também cinematográfico Cinema Novo, ambos marcos históricos do cinema brasileiro no que diz respeito a concepções de pensar e fazer a sétima arte no Brasil em meados do século XX. Tal análise se pautará em relatos daqueles que vivenciaram os momentos de ambos os analisados em questão, como Glauber Rocha e Abílio Pereira de Almeida, e nos estudos de Carlos Augusto Calil, Jean-Claude Bernardet e de Pedro Simonard, que se debruçou sobre a antropologia do Cinema Novo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cinema brasileiro; Produção; Distribuição; Vera Cruz; Cinema Novo.

**1. INTRODUÇÃO**

O presente trabalho tem por objetivo a análise de divergências e convergências quanto ao modo de pensar e fazer cinema no Brasil em meados do século XX pela Companhia Cinematográfica Vera Cruz e o movimento cinematográfico Cinema Novo. Análise essa que levará em conta relatos em livro de pessoas que tiveram participação na companhia, assim como as concepções sobre ela e o movimento realizadas por Glauber Rocha e o estudo antropológico feito por Pedro Simonard, que serve de embasamento teórico a respeito do movimento cinematográfico em questão e menos diretamente sobre a companhia.

Ainda que Cinema Novo e Vera Cruz sejam vistos como empreendimentos artísticos antagonicos, existiu ponto em comum entre eles no que diz respeito ao retorno

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao DT 4 – Comunicação Audiovisual do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do curso de Cinema e Audiovisual do ICA-UFC, e-mail: [desouza.fabiojose@gmail.com](mailto:desouza.fabiojose@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Cinema e Audiovisual do ICA-UFC, e-mail: [danidumar@gmail.com](mailto:danidumar@gmail.com)



aquém - seja de público ou de bilheteria - para que se mantivessem vivos, embora contassem com premiações mundo afora em seus currículos.

Não se trata de questão de se estruturarem os tópicos do que houve em comum e diferente entre ambos à maneira de tabelamento, mas observar os porquês socioculturais que levaram com que optassem por estratégias tão distintas no que diz respeito à produção de seus filmes e que, mesmo assim, acabou-se por lhes ocorrer o acaso.

O que se pretende com o paralelo é tornar evidente que a questão do sucesso no cinema nacional vai além da questão de produção, estilo artístico, mas de cadeia cinematográfica como um todo.

Nesse sentido, é substancial que se situe o leitor em como e por que surgiram tanto a companhia como o movimento, suas consequências e aprendizados ao cinema brasileiro posterior à existência de ambos.

## **2. ASPECTOS GERAIS**

### **2.1. Da existência da Vera Cruz**

A Companhia Cinematográfica Vera Cruz surgiu em 1949 por iniciativa de Franco Zampari e Francisco Matarazzo Sobrinho, o Ciccillo, não por acaso, mas por consequências socioculturais. São Paulo nesse tempo já tinha a sua posição de locomotiva do Brasil consolidada e pretendia dotar-se, e, por conseguinte, o país, de condições para o florescimento das artes e da cultura. “Esse renascimento paulistano surgia como consequência natural do grande crescimento econômico de São Paulo no pós-guerra. A cidade multiplicava-se, expandia-se sem controle, e proclamava-se orgulhosamente a 'cidade que mais cresce no mundo'” (MARTINELLI, 2005, p. 164)<sup>4</sup>. Era a necessidade de reconhecimento internacional como garantia de sucesso. Porém, a companhia veio na esteira de empreendimentos culturais do mesmo grupo liderado por Ciccillo como o TBC (Teatro Brasileiro de Comédia) e o Museu de Arte Moderna.

Empresário no ramo metalúrgico, Ciccillo convida o engenheiro Italiano Franco Zampari para trabalhar em suas empresas no Brasil. Vitoriosos nos negócios e com afinidade de temperamento lançam-se em empreendimentos culturais. Era-lhes, segundo Carlos Augusto Calil<sup>5</sup>, a vocação de fundador.

---

<sup>4</sup>MARTINELLI, Sergio. Vera Cruz - imagem e história do cinema brasileiro. São Paulo: ABooks, 2005.

<sup>5</sup> Carlos Augusto Calil (1931) é professor do Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da ECA – USP, autor de premiados documentários, como “Acaba de chegar ao Brasil o bello poeta francez Blaise Cendrars” (1972) e de diversos ensaios sobre cinema, teatro, história e literatura, abordando autores como Alexandre Eulalio, Paulo Emílio Sales Gomes, Vinicius de Moraes e Paulo Prado por exemplo.



Há dificuldade em compreender a gestação do TBC e posteriormente da Vera Cruz. As condições objetivas não eram favoráveis; num e noutro caso, tudo simulava uma aventura de diletantes. De fato, é difícil aceitar a aparente gratuidade do gesto de criar um teatro ou um cinema sem vinculação com o teatro ou o cinema possíveis, então praticados. Mas é precisamente esta a psicologia do fundador: o gosto do inédito, do desafio, do implausível. (MARTINELLI, 2005, p. 165)

O TBC, sob o ponto de vista artístico foi uma revolução. Sob sistema de mecenato, a companhia teatral mostrava que era possível se fazer a arte dos palcos que não ficasse a dever a companhias europeias. Vieram talentos da Itália para trabalhar com promessas brasileiras como Cacilda Becker e Paulo Autran por exemplo. Era auto-sustentável tecnicamente, todavia não financeiramente. O déficit financeiro, entretanto, se cobria em função do mecenato proporcionado pelo grupo empresarial.

Com a promulgação de lei federal que tornava isentava de impostos a aquisição de equipamentos cinematográficos, o Laboratório Rex expõe a Franco Zampari a possibilidade de associação técnica entre o laboratório e o TBC com o intuito de criação de uma companhia cinematográfica.

Até então, o cinema brasileiro não era levado a sério. As produções eram de baixo orçamento e com elevado apelo para a chanchada, temática de deboche dos costumes importados do *american way of life*. Elas também se valiam de copiar, adaptar temáticas de sucesso e exportação do cinema de Hollywood, principalmente o estilo *Western*. Os filmes eram considerados fracos sob o ponto de vista técnico, mas mesmo assim tinham bom retorno de público por conta de garantida distribuição nacional pelo grupo Severiano Ribeiro & Associados.

Se com um cinema dito ruim havia público, imagina se feito com qualidade, apuro técnico, pensavam os empresários da nova companhia cinematográfica.

A ideia na qual se pautava a Vera Cruz era de realizar, assim como o fazia o TBC, obras que em nada ficassem devendo aos padrões internacionais de qualidade e, para tanto, optou por se vincular a distribuidoras internacionais com o objetivo de conquista de mercado externo.

Para que se suprisse a carência de mão de obra técnica qualificada, a Vera Cruz optou por contratar o que havia de melhor no mercado internacional. Vieram técnicos da Europa como, por exemplo, da Itália, da Inglaterra, renomados diretores técnicos que inclusive tinham trabalhado em filmes de John Ford e também a repatriação de Alberto



Cavalcanti, cineasta brasileiro engajado no cinema de vanguarda francês e radicado em Londres, onde ajudou na estruturação do chamado documentário social inglês.

O modelo de cinema industrial que veio a ser adotado pela Vera Cruz era o de *Star System*: altos salários, materiais de trabalho à vontade – segundo relato de Abílio Pereira de Almeida, “Oitenta mil metros de filme para se aproveitarem três mil” (MARTINELLI, 2005, p. 150) -, equipamentos de ponta, enfim, produção de alto custo a se atingir os objetivos de reconhecimentos internacionais. Os valores médios gastos pela companhia na produção de um filme ficavam por volta de dez vezes maior ao que era gasto pela Atlântida na realização das chanchadas, porém os mesmos gastos eram cerca de dez vezes menor que o custo médio de realização de um filme por Hollywood. O mercado interno brasileiro não daria o retorno desses gastos, mas eles eram assim mesmo realizados tendo-se em vista a conquista de mercado internacional.

Durante a sua existência - até 1954 – a Vera Cruz produziu 18 filmes, entre eles *Tico-Tico no fubá* (Adolfo Celi, 1952), *Uma Pulga na balança* (Luciano Salce, 1953), *A Família Lero-Lero* (Alberto Pieralisi, 1953), *O Cangaceiro* (Lima Barreto, 1952) e os primeiros filmes com Mazzaropi: *Sai da Frente* (Abílio Pereira de Almeida, 1952), *Nadando em Dinheiro* (Abílio Pereira de Almeida, 1952) *Candinho* (Abílio Pereira de Almeida, 1954). A premiação vem já com o primeiro filme, *Caiçara* (Adolfo Celi, 1950): melhor filme brasileiro no Festival de Punta del Leste (1951); e principalmente com *O Cangaceiro*: melhor filme de aventuras no festival de CANNES (1953) e melhor filme no Festival de Edimburgo (1953).

Ainda que houvesse considerável aceitação dos filmes junto aos públicos interno e externo, o retorno financeiro à Vera Cruz não se mostrava satisfatório. *O Cangaceiro* conquistava plateias mundo afora, mas não era a companhia que ficava com os lucros aferidos. Por adiantamento de verba, a Vera Cruz vendera integralmente os direitos sobre o filme à Columbia, distribuidora para o filme; fora o fato de os contratos de percentual de participação nas receitas oriundas de bilheteria serem desfavoráveis à companhia seja quando tinha contrato com a Columbia ou anteriormente com a Universal. Os gastos da companhia não eram cobertos (ao contrário do que ocorria com o TBC sob o sistema de mecenato) e as dificuldades surgiram sucessivamente até que o Banco do Estado de São Paulo, financiador da Vera Cruz, toma a medida drástica de intervir na diretoria da companhia com o objetivo de torná-la saudável financeiramente. É o fim da presidência de Franco Zampari, é o fim dos gastos com superproduções sem



retorno financeiro suficiente a cobrir os gastos, ainda que com conquista de público e prêmios ao cinema nacional.

## 2.2 – Da existência do Cinema Novo

Enquanto a Vera Cruz entrava em crise financeira e, assim, institucional, surgia, principalmente no Rio de Janeiro, um movimento em cineclubes feito por jovens que pensavam cinema influenciados por filmes e conceitos do Neo Realismo italiano e da *Nouvelle Vague* francesa. As concepções de cinema desses jovens se pautavam em retratar a questão sociopolítica do Brasil. Como afirma Alex Viany, o movimento não apareceu por acaso “Numa demonstração de que o movimento Cinema Novo não surge do nada, por geração espontânea ou por milagre, mas intimamente ligado à realidade brasileira, do cinema nativo (...)” (VIANY, 1999, p. 22-23)<sup>6</sup>.

Desses jovens, alguns são críticos de cinema em mídia impressa, como, por exemplo, Glauber Rocha, que afirma que era impraticável ser teórico visto que “Cada crítico é uma ilha; não existe pensamento cinematográfico brasileiro”. Assim como para quem se dedicasse à prática: “O aspirante a realizador sofre mais que o crítico: não há campo profissional, não há escolas de formação teórica, não há produções suficientes para manter uma prática ininterrupta e evolutiva.” (ROCHA, 2003, p. 34)<sup>7</sup>. Ademais, o advento do cinema comercial soava-lhe como uma chaga que suplantava a liberdade criativa de cineastas brasileiros. “Vencida a chanchada, surgiu o cinema comercial como um inimigo maior e complexo do cinema no Brasil.” (ROCHA, 2003, p. 35).

Oriundos de classe média, os cinemanovistas se identificavam com o ideal de desalienação do povo a partir do momento que esse tivesse a percepção, valoração da própria cultura, daquilo que é seu, o que o cinema comercial não possibilitava, pois tratava muitas das vezes de questões de conflitos interiores das personagens que não refletiam necessidade dramática da população.

Assim como a Vera Cruz surgiu em consequência do TBC, o Cinema Novo surge no rastro do CPC (Centro Popular de Cultura), que tinha como norte a arte do povo e para o povo, ideário em comum com o PCB quanto à sua concepção de governo. De caráter nacionalista, o PCB influenciou na política nacional, por exemplo, quando da criação da Petrobrás na campanha “O petróleo é nosso”.

---

<sup>6</sup> VIANY, Alex. O processo do Cinema Novo. Organização de José Carlos Avellar. Rio de Janeiro: Aeroplano, 1999.

<sup>7</sup> ROCHA, Glauber. Revisão crítica do cinema brasileiro. São Paulo: Casac & Naify, 2003



Desse modo, muitos dos cinemanovistas ou eram afiliados ao partido ou ao menos tinham simpatia por ele. Como consequência, o Cinema Novo tem por característica o engajamento sociopolítico e cultural tanto quanto tema como estética. Em sua concepção, obra válida seria aquela que refletisse o Brasil de alguma maneira.

O intuito dos cinemanovistas era de contribuir para a construção da identidade nacional, a luta contra a colonização cultural, o *american way of life*, em que tomamos como padrão os valores culturais expressos pelo imperialismo cultural. A contribuição do cinema se daria na mediada em que é veículo de comunicação, arte e cultura. Assim, relegado ao imperialismo é sinônimo de processo de alienação do povo, marca de subdesenvolvimento.

A identidade do povo e a cultura nacional que pretendiam forjar tinham um forte componente antiimperialista. Seguindo Frantz Fanon, eles acreditavam que lutar pela cultura nacional significa, antes de tudo, lutar pela libertação nacional, por aquela base material essencial, que torne possível a construção de uma cultura.  
(SIMONARD, 2006, p. 28)<sup>8</sup>

Tamanha inquietação dos cinemanovistas tinha como um dos fatores o domínio de exibição por filmes importados, em especial os hollywoodianos, no país. Daí, segundo eles, a situação colonial de nosso cinema.

Nesse sentido a Vera Cruz é o modelo de cinema a ser combatido por justamente não refletir as problemáticas do país, por se valer de alto custo de produção que impossibilitava que houvesse produções autorais e por ser identificada como “submissão do cineasta no Brasil à linguagem do cinema produzido em Hollywood” (SIMONARD, 2006, p. 27). Para Glauber, o autor é um ser dotado de visão do mundo, assim como o escritor, o pintor plástico, o poeta de seu tempo. Por ele, a arte cinematográfica não se situa como ferramenta, mas como sua política estética e temática de ambição expressiva. Ou seja, autor é diferente de diretor, “mero executor dos produtores comerciais”. (ROCHA, 2003, p. 34).

E para se refletir o Brasil necessitava-se que o cinema saísse dos estúdios, metáfora a sair da ilusão, da alienação para que houvesse “compreensão dos valores objetivos da paisagem física e moral. Sendo entendimento e não-êxtase frente à exuberante paisagem brasileira” (ROCHA, 2003, p. 53).

---

<sup>8</sup> SIMONARD, Pedro. A geração do Cinema Novo – para uma antropologia do cinema. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006



Assim, haverá a necessidade de, por exemplo, se captar a verdadeira luz do Brasil sem disfarces técnicos, sem saberes de estrangeiros que entendiam de iluminação de estúdio, de luz europeia, mas pouco capazes de compreender a luz do Brasil; essa é uma crítica muito presente em Glauber para com a importação de técnicos estrangeiros pela Vera Cruz, que, na sua visão, pouco ou nada ajudavam na construção da identidade de cinema nacional.

Não que o cinema brasileiro nunca tenha produzido nessa linha de sentido, como se tudo até então fosse estéril. Os cinemanovistas tinham culto por Humberto Mauro, pois este dá mostra de seu olhar de autor apurado às paisagens sociais do país, por exemplo, em *Engenhos e usinas* (Humberto Mauro, 1955), ainda que não chegue a ser denúncia política, mas sua política é de mostrar o processo por que o Brasil passava e suas consequências socioculturais.

Para retratar com fidelidade o país, a linguagem técnica teria de ser condizente com o tema abordado, nada de disfarces, aparatos técnicos a tornar a obra mais digestível; pelo contrário. Nisso o que seria defeito é utilizado intencionalmente. A luz estourada é usada propositadamente a transmitir o incômodo vivido pelos personagens, ou denunciar o erro social que existe naquele meio retratado. Nada de estrelas em seu elenco, apenas não-atores ou atores de teatro, principalmente, do CPC.

Embora tivessem tamanho engajamento nacionalista, filmes do Cinema Novo tiveram praticamente só reconhecimento internacional. Filmes como *Vidas secas* (Nelson Pereira dos Santos, 1963), *Deus e o diabo na terra do sol* (Glauber Rocha, 1964) tiveram premiações na Europa e mesmo filmes que não obtiveram prêmios se venderam bem em mercados do velho mundo como, por exemplo, *Os cafajestes* (Ruy Guerra, 1962).

No mercado interno, porém, os filmes do Cinema Novo não tiveram o tão almejado diálogo com o público, a plateia não se sentia atraída pelo Cinema Novo, praticamente só os estudantes identificados com os intelectuais de esquerda acompanham os filmes. Se era um cinema do povo, infelizmente não era para o povo e, assim, seu objetivo de desalienação não se concretizou. Conforme Paulo Emílio Salles Gomes “na verdade esposou pouco o corpo brasileiro, permaneceu substancialmente apropriada, falando e agindo para si mesmo” (SIMONARD, p. 17).

A falta de comunicação com o povo se dá em parte pela visão dos intelectuais brasileiros que





se posicionaram como os únicos que realmente possuíam pleno conhecimento da realidade brasileira. Além disso, durante as primeiras décadas deste século, apresentaram-se como os legítimos representantes das aspirações da nação. Durante os anos 50 e 60, como os legítimos representantes do povo e seu porta-voz. (SIMONARD, 2006, p. 15)

Algo como não ouvir o povo, mas como que desejassem que suas visões culturais se firmassem, uma imposição de como o povo deveria se identificar conforme a interpretação dos intelectuais do que seria a identidade nacional. Desse modo, o Cinema Novo foi estrangeiro em seu próprio país.

Alia-se a isso o fato de não ter sido estabelecido acordo entre os realizadores cinemanovistas e distribuidoras consolidadas, ficando, assim, muitos das produções restritas a exibições em cineclubes, que estavam presentes praticamente só nas capitais.

Desse Modo, o Cinema Novo também não se consolidou, afinal, para a constituição de qualquer cinematografia de um país, o diálogo entre público e um cinema que o expresse é fundamental.

(...) pois um filme não é tão-somente o trabalho do autor e sua equipe: é também aquilo que dele vai assimilar o público, e como vai assimilar. Para que um filme exista como obra, é tão importante a participação do público como a do autor. Sem a colaboração do público a obra fica aleijada. (BERNARDET, 2007, p.33)<sup>9</sup>

### 3. DO PONTO EM COMUM, OCASO E LIÇÕES

Ainda que Vera Cruz e Cinema Novo tenham escolhas distintas no seu modo de produção - com aquela optando pelo modelo industrial, estúdio, *star system* e temas de romance e esta condenando veementemente esse padrão adotado pela companhia de Franco Zampari e, assim, optando por locações ao ar livre, crítica social e sistema de cooperativa como forma de driblar as dificuldades de produção -, a distribuição de seus filmes foi o ponto fraco que elas tiveram em comum e que muito contribuiu para o ocaso de ambas.

No caso da Vera Cruz, a associação às americanas Universal e Columbia por objetivos à conquista de mercados interno e externo se mostrou um desastre por conta dos contratos que não geravam necessário retorno financeiro a cobrir os gastos feitos na

---

<sup>9</sup> BERNARDET, Jean-Claude. **Brasil em tempo de cinema**: ensaio sobre o cinema brasileiro de 1958 a 1966. São Paulo: Companhia Das Letras, 2007.





produção de um filme, ainda que ele tivesse boa bilheteria. No caso específico de *O Cangaceiro*, a Vera Cruz vendeu na íntegra os direitos à distribuidora Columbia antes do sucesso de bilheteria do filme em razão de antecipação de receitas.

Ainda que o filme estivesse conquistando premiações internacionais e público mundo afora, o lucro de bilheterias ficava apenas entre os exibidores e a distribuidora.

No caso do Cinema Novo, além do fato de terem sido filmes intelectuais, que estavam distantes da linguagem audiovisual que fosse compreensível ao maior número de pessoas (e assim se chegar ao povo para “desaliená-lo”), “não ter elaborado uma política de distribuição para o seu produto foi fator prejudicial.” (SIMONARD, p. 47).

Ou seja, o mesmo erro cometido anteriormente pela Vera Cruz, e que já fora diagnosticado como um dos fatores de sua asfixia, foi o cometido no Cinema Novo, ainda que os cinemanovistas tenham se atentado ao fato posteriormente e criado em 1965 a Difilm, distribuidora que teve vida curta entretanto. O grande público nunca foi acessível ao Cinema Novo, ficando seus filmes praticamente restritos a seus círculos de cineclubes.

Já da crise da Vera Cruz muito se discutia sobre a intervenção do Estado a garantir o acesso ao mercado interno aos filmes brasileiros. Leis protecionistas que possibilitassem as produtoras de não sofrer com a concorrência desleal de filmes principalmente hollywoodianos em função dos trustes entre distribuidoras e exibidores.

Somente uma década e meia depois do ocaso da Vera Cruz é que o governo criou a EMBRAFILME no intuito de promover o cinema nacional tanto na produção quanto na distribuição de filmes. Foi na década de 70 que os filmes nacionais tiveram maior presença percentual em bilheterias do país.

O equívoco de não haver planejamento além da produção audiovisual foi lição futura observada por Mazzaropi em criar a PAM Filmes que não só era produtora como cuidava da distribuição de seus filmes (chegando ao ponto de controlar as bilheterias para efeito de conferir se não haveria incongruências entre número de espectadores e renda), assim como para a criação da Globo Filmes, que inclusive atua como distribuidora a produtoras independentes.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ainda que Vera Cruz e Cinema Novo tenham trilhado caminhos distintos no que diz respeito à produção de seus filmes, observa-se que a garantia de sucesso não se dá



unicamente na escolha de estilos, escolas, linguagens, estéticas, técnicas, enfim, metodologias de produção, mas na cadeia cinematográfica como um todo.

Pensar a política de distribuição e como ter acesso ao exibidor é primordial à conquista de público. Assim, por mais que um filme nacional seja bem sucedido no ponto de vista artístico (ou autoral) se ele não contar com distribuidora – além de propaganda - com entrada junto aos exibidores, à outra ponta da cadeia cinematográfica, isto é, ao alcance do maior número de espectadores, a obra certamente estará condenada ao ostracismo.

“...O filme nacional, sob todos os pretextos, encontrava uma resistência compacta e invencível entre os distribuidores, amarrados que estavam ao monopólio estrangeiro, que avassalava com seus produtos o mercado brasileiro, de ponta a ponta”: essas palavras de Humberto Mauro soam com se fossem de hoje.  
(BERNARDET, 2007, p.28)

E por mais criativo ou bem intencionado que seja um movimento ou uma companhia eles estarão fadados à asfixia por haver retorno financeiro aquém aos gastos em suas produções.

### **Referências Bibliográficas**

MARTINELLI, Sergio. **Vera Cruz** - imagem e história do cinema brasileiro. São Paulo: ABooks, 2005.

ROCHA, Glauber. **Revisão crítica do cinema brasileiro**. São Paulo: Casac & Naify, 2003.

SIMONARD, Pedro. **A geração do Cinema Novo** – para uma antropologia do cinema. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

VIANY, Alex. **O processo do Cinema Novo**. Organização de José Carlos Avellar. Rio de Janeiro: Aeroplano, 1999.

BERNARDET, Jean-Claude. **Brasil em tempo de cinema**: ensaio sobre o cinema brasileiro de 1958 a 1966. São Paulo: Companhia Das Letras, 2007.