



Carta Aberta a todas as Empresas e Profissionais do Audiovisual

Reaprender a Cumprir!

Inverter o rumo dos acontecimentos
e parar este invulgar processo
de suicídio colectivo

José de Melo
Janeiro de 2009

- ❖ Os tempos estão difíceis.
- ❖ 2009 será ainda, tudo o indica, um ano de muitas dificuldades.
- ❖ Mas o futuro do sector não está só dependente da crise. Depende, cada vez mais, daquilo que cada um de nós – e todos nós em conjunto – formos, ou não, capazes de fazer.
- ❖ Dirijo esta carta:
 - A todos os profissionais de Som, Realização, Produção, Montagem, Maquinaria, Maquilhagem, Iluminação, Imagem, Guarda-Roupa, Decoração e Cabelos.
 - A todas as Empresas de Casting, Catering, Efeitos Especiais, Segurança e Transportes.
 - A todos os Directores e Chefes de Produção.
 - A todos os Actores, Realizadores, Produtoras e Agências.
 - A todos os Agentes e demais intervenientes na Indústria do Audiovisual,
- ❖ particularmente aos que normalmente operam no segmento das Publicidades, na expectativa de contribuir para que se inicie uma discussão ampla, franca, sem receios e aberta a todos, sobre os problemas que realmente nos afectam e cuja resolução depende exclusivamente da vontade de cada um e da inteligência colectiva.

Cascais, Janeiro de 2009

Caros Amigos,

01

Quando, em Agosto de 2003, iniciei a minha actividade no Catering, prometi a todos uma empresa diferente. Prometi-vos um catering que primasse pela variedade da sua oferta e pela qualidade da sua alimentação; um catering que valorizasse as pessoas e fosse de encontro aos desejos e necessidades de cada um; um catering capaz de transmitir conforto e alegria a toda uma equipa; um catering preparado para responder com rapidez, mobilidade e eficiência às diversas situações de filmagens; um catering que fosse, realmente, a extensão dos braços da Produção.

Assim procedi! Ao longo destes 6 anos de actividade, quer em nome individual, primeiro, quer depois, com a mfilm, tenho-me mantido fiel a essa promessa e a esses princípios.

O sucesso relativamente rápido conseguido pela mfilm, provou que fazia falta um novo projecto, sustentado por uma maior variedade e qualidade de oferta e baseado em

pressupostos de trabalho diferentes. Aliás, quem acompanhou este processo, deve recordar-se que por essa altura a maioria das empresas de catering existentes, inverteram alguns dos seus processos de funcionamento, reavaliaram e reajustaram a sua oferta.

Assim sendo, é-me lícito afirmar que o surgimento da mfilm contribuiu decisivamente para elevar o nível dos serviços de catering no mercado do audiovisual português.

Estou satisfeito com isso, porque desta forma ficámos todos a ganhar.

02

Porém, com o mercado em constante mutação; com o País e com a economia mundial em permanente recessão, manter uma empresa de catering saudável, a operar exclusivamente neste sector de actividade, não é tarefa fácil. E mais difícil se torna pela intermitência da nossa actividade e porque praticamos ainda hoje os mesmos preços de à seis anos atrás - apesar do aumento significativo do custo de vida (e muito particularmente) dos produtos alimentares; apesar de termos melhorado significativamente a nossa oferta e a nossa capacidade logística; apesar de nos mantermos fiéis aos nossos princípios e à nossa habitual qualidade e variedade. Isto só tem sido possível graças a uma gestão rigorosa e criteriosa dos nossos recursos, graças a muito esforço e a muitos sacrifícios, só possíveis de quem, como nós, gosta realmente do que faz.

Se assim não fosse, teríamos certamente caído já na tentação de diversificar a nossa actividade, procurando outros clientes, outros mercados e outros sectores, porventura bem mais apetecíveis e proveitosos do ponto de vista financeiro.

Contudo, não queremos que a mfilm perca a sua identidade e é por isso que tenho reclamado para nós, também, o estatuto de “profissionais do Audiovisual” e pretendo que olhem para a mfilm, não como “mera prestadora de serviços”, mas como mais uma empresa parceira e integrante desta indústria.

Efectivamente, não somos produtores, não fazemos produção, não somos técnicos nem actores mas mais do que trabalhadores de hotelaria somos, na verdade, profissionais do Audiovisual que executam serviços de catering.

Assim sendo, não vivemos alheados das suas dificuldades - sentimos os problemas tão intensamente quanto cada um de vocês porque amamos, na realidade, este sector de actividade.

03

Ora, quem ama sente. E quem sente tem, naturalmente, o direito de se fazer ouvir. Sobretudo num momento como este em que o nosso sector (*ou esta Indústria, como queiram*), não vive apenas mais uma crise.

As crises caracterizam-se como momentos perigosos que podem originar situações difíceis. Mas são normalmente problemas conjunturais que com mais ou menos dificuldade se ultrapassam e muitas vezes se resolvem por si só.

O nosso sector (*particularmente no que respeita ao segmento das **Publicidades***) não está apenas em crise – está doente! E as doenças, essas, não se curam sozinhas. Não dependem de eleições nos Estados Unidos nem da inflação ou deflação do Euro; não carecem de qualquer injeção de capitais nem requerem nenhum tipo de intervenção governamental. As doenças são, de facto, bem mais complicadas de tratar. Sobretudo quando a enfermidade é grave, como a nossa – principalmente quando a doença é de ética e de postura, como é o caso.

Vivemos o risco de nos contaminarmos todos. A moléstia de que o sector padece, é já por si bastante perigosa, mas em momentos de crise como este, torna-se também contagiosa. É urgente pôr-lhe fim!

04

É neste contexto que decidi escrever-vos esta carta.

Não quero afrontar ninguém. Não procuro, também, nenhum tipo de protagonismo, embora esteja consciente da polémica que esta carta poderá gerar - afinal, num meio fechado e tão “controverso” como aquele em que nos movimentamos, é fácil admitir que haverá sempre quem interprete mal as coisas e prever, por isso mesmo, o desconforto de alguns, quiçá mesmo, alguma retaliação de outros.

No entanto, garanto-vos que não estou minimamente preocupado com isso. O que não me cabe no coração, não costuma passar-me pela cabeça e por isso posso conceder-me o prazer de impedir que a racionalidade tome conta de mim a tempo inteiro. Se o não fizesse, deixaria quase sempre de dizer o que sinto e perderia a oportunidade de ser ouvido. Ora, eu gosto que me ouçam - sobretudo num momento como este em que não consigo silenciar a minha voz e assistir calado a este invulgar processo de suicídio colectivo.

Assim sendo, é necessário que o meu coração se exprima livre, solto e sem qualquer mordação. E o que pretendo com esta carta é exactamente isso – transmitir-vos as minhas opiniões sem qualquer receio, tal como realmente as sinto e poder vir a conhecer as vossas.

05

Porquê agora?

Porque considero que vivemos um momento de vital importância para o sector. Porque, em minha opinião, o futuro do Audiovisual (**particularmente no que concerne às Publicidades**), está mais dependente daquilo que formos capazes de fazer hoje (ou não), do que propriamente da resolução da crise mundial ou do resultado das eleições que se avizinham.

Com efeito, apesar da intermitência do nosso trabalho e das sucessivas convulsões internas e externas, o sector tem sabido ultrapassar as suas dificuldades e tem sobrevivido às diversas crises dos últimos anos. Sobreviverá também a esta (estou certo disso), apesar das crescentes dificuldades actuais.

Contudo, nada mais será igual se permitirmos que esta doença se alastre. Temos, portanto, de a curar! – Mas não há remédio que resulte sem um diagnóstico preciso e a terapia adequada para este caso, só a encontramos na vontade colectiva.

Chegámos efectivamente ao momento em que o “eu” tem de dar lugar ao “nós”. De hipotecar parte das nossas motivações e interesses particulares por um futuro um pouco melhor para todos. Está na altura de mandar lavar os cortinados, subir as persianas e abrir as portas do nosso coração, da nossa vontade e da nossa inteligência para uma discussão ampla, franca e aberta a todos, sobre aquilo que realmente nos afecta e nos tem corroído a todos.

Porque só todos nós, profissionais de Som, Realização, Produção, Montagem, Maquinaria, Maquilhagem, Iluminação, Imagem, Guarda-Roupa, Decoração e Cabelos. Empresas de Casting, Catering, Efeitos Especiais, Segurança e Transportes. Directores e Chefes de Produção. Actores, Realizadores, Produtoras e Agências. Agentes e demais intervenientes na Indústria do Audiovisual, teremos a força, a sapiência e a capacidade necessárias para inverter o rumo dos acontecimentos.

06

Tenho falado com muita gente.

As pessoas são unânimes em constatar que *“isto não está nada bom”*. Mas as pessoas sentem, também, que *“não estamos apenas a viver mais uma crise”*.

Há, de facto, um sentimento geral de revolta, de desilusão e uma permanente desconfiança no futuro, que se tem agudizado dia após dia e muito particularmente nestes últimos dois anos.

Toda a gente sabe que as empresas têm cada vez mais dificuldades; que muitas Produtoras estão tecnicamente falidas; que os técnicos e a esmagadora maioria dos profissionais do sector têm tido cada vez menos trabalho e vivem cada vez com mais dificuldades.

O quadro é negro, mas poucos são os que têm tido a ousadia de lhe querer mudar a cor. A generalidade das pessoas queixam-se, mas não falam; criticam, mas não propõem soluções; resmungam, mas não se assumem.

Uma escaramuça aqui, um murmúrio ali e um sussurro acolá não têm passado disso mesmo. O silêncio impera! As pessoas vivem caladas, porque vivem com medo. Têm medo da incompreensão; medo da retaliação; medo da marginalização.

E enquanto o medo nos domina, vamos ouvindo e calando:

- *“Esse filme ainda não está a pagamento”(!?)*
- *“Vou fazer o possível, mas não prometo nada”(!?)*
- *“Pois é....., sabe....., é que a agência não nos pagou”(!?)*
- *“Eu sei que tínhamos combinado. Mas não posso fazer nada”(!?)*
- *“Ligue-me daqui por 15 dias. Talvez já tenha uma resposta do nosso cliente”(!?)*
- *“Eu sei que disse que pagava na semana passada, mas a transferência ainda não entrou”(!?)*

Há quem passe a vida a sacudir a água do capote!

Algumas Produtoras têm vindo a perder o norte e o sentido da responsabilidade. Alguns gerentes e outros tantos empresários vão-se esquecendo das suas obrigações. Umas e outros, em nome da concorrência e da competitividade, têm vindo a aceitar desafios para os quais não estão preparados. Só assim se explica o sucessivo incumprimento dos prazos de pagamento previamente acordados.

Entrámos na era do *“eu não pago porque ainda não me pagaram”* - e quando tal acontece, os Produtores dão lugar aos intermediários.

As empresas estão a *“perder a noção de ética”* - e quando tal acontece, emergem todos aqueles que não têm vergonha.

07

É claro que nem todas as Produtoras se atrasam normalmente nos seus pagamentos.

Por outro lado, é compreensível que num mercado algo instável e tão competitivo como este (onde por vezes as coisas acontecem à *“velocidade da luz”*) se possam verificar, aqui ou ali, alguns atrasos, por força de situações excepcionais não devidamente ponderadas.

O problema é que essas situações – que deveriam ser de excepção – estão a tornar-se na regra do dia-a-dia para a maioria das Produtoras e são cada vez mais aquelas que estendem os respectivos prazos de pagamento muito para além de qualquer limite razoável.

Mas o problema é ainda mais grave, na medida em que este *“estender dos prazos de pagamento”* acontece quase sempre à margem do conhecimento dos profissionais que prestam o serviço e muitas vezes contra aquilo que previamente foi acordado e contratado.

Permitam-me que vos dê um exemplo:

- ❖ Ainda hoje tenho por receber uma Publicidade feita no dia 27 de Janeiro de 2008.
 - Porém, sempre que os serviços da mfilm são requisitados, eu próprio tenho o cuidado de referir, que não podemos aceitar trabalhos com prazos de pagamento superiores a 30 dias. E estas nossas condições, foram, no caso vertente, claramente inscritas nos E-Mails previamente trocados com os respectivos Director e Chefe de Produção.
 - Por acaso, neste caso, quer um, quer outro, garantiram-me telefonicamente que as condições e o prazo de pagamento seriam escrupulosamente cumpridos. Garantia que ainda por cima foi corroborada por um dos responsáveis da Produtora, que me foi apresentado no dia das filmagens.
 - Mas mesmo que assim não fosse, o conhecimento prévio da nossa Tabela de Preços e a posterior contratação dos nossos serviços pressuporiam sempre uma aceitação tácita das nossas condições e, desde logo, a obrigação de proceder ao pagamento findos os tais 30 dias, ou seja, até ao dia 28 de Fevereiro de 2008.
 - Como atrás referi, continuo ainda hoje sem receber.
 - O último telefonema que fiz foi no dia 5 de Janeiro de 2009. Registei, como é meu hábito, a resposta que me deram:
 - *“Ainda só consegui receber uma parte do trabalho e não deu para pagar a toda a gente. Sabe, estas coisas às vezes demoram....., mas está por dias. Telefone-me lá mais para o final da semana”(!?)*

Esta produtora está em falta para com a mfilm há 322 dias. Mas entretanto, usufruiu dos mesmos serviços, das mesmas condições e dos mesmos preços de todas as outras, inclusive daquelas para quem trabalhamos á 60 dias atrás e que já honraram os seus compromissos.

E este é apenas um exemplo, de entre tantos e tantos outros, pois são cada vez mais os casos que se repetem de há 2 anos para cá.

São situações intoleráveis entre pessoas de bem e inadmissíveis num Estado de Direito. São situações que viciam as regras do jogo e beneficiam os incumpridores.

É esta, meus amigos, a doença de que o sector padece!

08

Acredito, sinceramente, que muitas Produtoras tenham dificuldades em receber.

Mas o problema não está aí, tanto mais que as empresas e os profissionais do Audiovisual são por tradição e excelência, as pessoas mais compreensivas, tolerantes e solidárias que conheço.

- **Em que outro sector de actividade se trabalha “á borla”, tão frequentemente, horas e horas a fio, na rua, ao frio e à chuva, com o mesmo espírito, o mesmo empenhamento, a mesma vontade e sobretudo com o mesmo sorriso e profissionalismo com que o fazemos num dia normal de trabalho remunerado?**
- Eu, por exemplo, nunca neguei uma “borla”. E uma “borla”, para mim, significa que tenho de pagar, do meu bolso, todas as despesas inerentes àquele dia de trabalho, como sejam, despesas com combustíveis e portagens de 2 a 3 carrinhas; todas as despesas com a alimentação e o acompanhamento da equipa; os salários de 4, 5 ou 6 assistentes no Plateau e de (pelo menos), mais

duas trabalhadoras na cozinha, para além dos custos estruturais diários que toda esta estrutura implica.

O dinheiro que invisto, só o recupero nos 5/6 filmes seguintes. Mas apesar disso – e como atrás referi – nunca neguei uma “borla”. E nesse dia estou lá, com a mesma vontade, a mesma disposição, a mesma variedade e qualidade de todos os outros dias.

O mesmo sucede com todos os outros profissionais!

Portanto – e como atrás referi – o problema não está na nossa capacidade de compreender, ou não, as dificuldades das Produtoras.

O problema está em saber até que ponto essas dificuldades podem ser usadas como pretexto para tão repetidamente, tão continuamente e tão recorrentemente algumas delas se atrasarem no cumprimento das suas obrigações.

Porque Invocar constantemente o incumprimento dos outros como justificação para o nosso próprio incumprimento, sobretudo quando esses outros são sempre os mesmos (com os quais continuam a querer e a desejar trabalhar), para além de uma manifesta falta de criatividade, é má-fé e concorrência desleal.

Da mesma maneira, fazer passar a versão de que essas dificuldades resultam de uma necessidade de nada imporem aos clientes, como contra-partida de mais trabalho e mais publicidades, é uma falsa questão e uma monumental mentira. Se assim fosse, neste momento estaríamos todos completamente entupidos de trabalho e sem ponta para onde nos virarmos. As empresas têm de conhecer os seus limites. Têm de saber salvaguardar os seus direitos para poderem cumprir as suas obrigações.

As condições de pagamento devem ser do conhecimento prévio das empresas e dos profissionais que prestam o serviço e o não cumprimento dessas condições deve passar a ser penalizado.

É tudo uma questão de ética e de postura.

Os processos têm de ser transparentes porque só assim haverá verdade e justiça no negócio.

09

A situação actual é manifestamente injusta.

Vivemos a doença do incumprimento. E esta doença está a tornar-se um cancro – a transformar um Estado de Direito numa republica das bananas.

Não é isto que queremos para nós.

Mas temos que assumir, com humildade, a nossa quota-parte de responsabilidade na propagação desta doença. Porque somos nós, todos nós, com o nosso silêncio e com a nossa passividade, quem tem permitido que isto aconteça.

Temos de vencer o medo.

O medo prolonga a doença, corrói o presente e destrói o futuro. O medo tem-nos remetido ao silêncio e o silêncio é padrao da mudança e inimigo do sucesso.

Este nosso silêncio vai acabar por matar devagarinho todas aquelas Produtoras que ainda vão cumprindo e aquelas outras que apesar das dificuldades se têm notoriamente esforçado por cumprir.

Por este andar vamos acabar por perder o pouco que ainda nos resta – a esperança de poder receber.

Temos de inverter o rumo dos acontecimentos. Falar, comunicar, expor problemas e denunciar situações; criticar e propor soluções, mais do que um direito é cada vez mais uma obrigação de todos.

Temos de saber usar a cabeça, mas não podemos cair na tentação de procurar soluções fáceis. Arquitectar situações ardilosas que aparentemente nos possam garantir mais algum dinheiro como contra-partida ao pouco trabalho que tem havido, é pecado que poderá ser capital e deitar tudo a perder – vejam os exemplos, ainda muito recentemente denunciados pelo CPAV a propósito dos filmes publicitários que envolvem a OGILVY, A CGD e a GALP.

Não estamos na altura de grandes exigências e intransigências salariais – e eu contra mim falo que não aumento os preços de há 6 anos a esta parte.

Porém, temos que saber reconhecer que o mercado não tem condições para absorver mais aumentos e a inteligência necessária para nos centrarmos naquilo que hoje é verdadeiramente importante. Ou seja, **fazer com que o mercado reaprenda a cumprir!**

10

Não defendo um mercado selectivo nem sectário.

Portugal é um país pequeno e o sector do Audiovisual, para sobreviver, necessita das grandes, das médias, mas também das pequenas empresas.

No entanto, a melhor forma de captar investimentos para o sector é criando regras que privilegiem esse mesmo investimento.

E um desses mecanismos passa por penalizar quem não cumpre nos prazos acordados mas também por facturar de maneira diferente aqueles que pagam a 30 daqueles que pagam a 60 dias; destes, dos outros que pagam a 90 e assim sucessivamente. E estas deveriam ser regras a cumprir e a fazer cumprir por todos – dos profissionais em relação às produtoras; das produtoras em relação às agências e destas em relação aos clientes.

São questões de elementar justiça e transparência de processos que temos colectivamente de assumir, com toda a clareza e frontalidade.

11

O que fazer?

Obviamente que não há receitas mágicas. Haverá porventura uma solução por cabeça. Poderá haver até quem discorde de tudo isto e tenha outras opiniões.

O importante é comunicar – trocar o medo pela consciência de que o actual estado de coisas não serve o mercado e não dignifica as empresas nem os profissionais que dele vivem e nele labutam.

Qualquer coisa que se faça, é melhor que nada fazer.

Eu lanço um repto, com vários itens:

1. Que cada um de nós (e refiro-me a todos a quem dirijo esta carta, sem excepções), comente a situação do sector e publicite as suas opiniões e sugestões por todos os meios ao seu alcance;
2. Que o CPAV, a ASSOCIAÇÃO DE PRODUTORAS e as AGÊNCIAS promovam conjuntamente um ENCONTRO NACIONAL DE EMPRESAS E PROFISSIONAIS DO AUDIOVISUAL (ENEPA), para debater estas e outras questões do sector;
3. Que nesse ENEPA sejam eleitas duas COMISSÕES DE TRABALHO, capazes de reunir, filtrar e compilar as diversas opiniões ali expressas e transformá-las em protocolos de entendimento a celebrar e subscrever entre PROFISSIONAIS/PRODUTORAS e PRODUTORAS/AGÊNCIAS.

José de Melo