

## ENTREVISTA | JULIO UCHÔA

PRODUTOR

# ‘O filme de hoje quer verdades, quer poder ser útil na emoção’

RODRIGO FONSECA Especial para o Correio da Manhã

**P**elo tanto que choveu em Tiradentes, no sábado passado, parecia quase impossível a sessão ao ar livre de “Querido Mundo”, na praça, acontecer. O festival de cinema que leva o nome da cidade mineira, e hoje está em sua 29ª edição, apinhou as ruas e as pouadas da região, mas o aguaceiro limitava a circulação. Estimava-se um cancelamento, até o produtor dessa comédia romântica, Julio Uchôa, bradar aos céus seu grito de guerra: “Viva a vida!”. Em muito evento do cinema nacional, quando se escuta essa frase, dita numa perseverança espartana, é sinal de que ele chegou, sempre disposto a empregar seu otimismo para que bons filmes possam sair do papel, por sua produtora, a Ananã. O longa-metragem dirigido por Miguel Falabella e por Hsu Chien Hsin a partir de uma peça teatral homônima do eterno Caco Antunes faz jus à peleja diária de Uchôa: ou seja, é um filme muito bom.

Ganhou o Kikito de Melhor Atriz em Gramado (dado para Malu Galli) e deixou Minas Gerais, no fim de semana, repleto de fãs, uma vez que São Pedro, num gesto cinéfilo, fechou as torneiras sobre as nuvens e o tempo firmou. Agora, sob a bênção da plateia da respeitada maratona de MG, é hora de se buscar espaço em tela, no circuito exibidor, para a história de amor em P&B entre dois corações que foram acorrentados ao verbo perder (papéis de Galli e de Eduardo Moscovis).

Formado em Psicologia, mas talhado para o audiovisual em trabalhos na TV Búzios, Uchôa, de 61 anos, passou por mestres do quilate de Daniel Filho, Neville D’Almeira e Tizuka Yamasaki no processo para criar um legado (e muito bem-sucedido) na produção. Emplacou blockbusters (“S.O.S Mulheres Ao Mar”). Ousou trazer uma diva de Almodóvar, a espanhola Carmen Maura, para filmar na América do Sul, rodando “Veneza” (2019), também com Falabella. Reproduziu o Ártico na Zona Oeste carioca, ao filmar “Soundtrack” (2017), com Seu Jorge e Selton Mello, sob neve artificial. Recentemente, o longa batizado com seu bordão, “Viva a Vida!” (2025), de Cris D’Amato, foi parar no pódio dos longas brasileiros mais vistos na Netflix.

Na entrevista a seguir, no calor da Mostra de Tiradentes, Uchôa mapela o que há de mais firme e o que há de mais incerto no mercado cinematográfico do país.

**“Querido Mundo” teve uma sessão consagradora na Mostra de Tiradentes, cinco meses após o lançamento premiado em Gramado. O que você vem aprendendo de mais valioso, de praça a praça, desse filme em P&B no qual Miguel Falabella, em codireção com Hsu Chien, canta o amor? Que espaço existe para ele no mercado?**

**Julio Uchôa** - Mostrar um filme em uma praça é um incrível aprendizado, pois podemos ver e sentir a resposta real de um público

espontâneo e diverso. Assistiram e... sem preconceitos... o resultado do preto e branco na tela, a favor de nossa história. Nossos artistas foram abraçados pelo público que se emocionou, acompanhou cada passo vivido pelos nossos personagens. O filme foi motivo de aplausos nas performances do elenco, na fotografia e na arte... Isso nos foi dito através de falas encantadoras na abertura do microfone para debate com o público, após a projeção (em Tiradentes). Isso não quer dizer que será fácil chegar às salas de cinema, e termos as janelas de TV e de streaming dispostas a adquirirem o filme,



**“Sabemos que não estamos agraciados pelo interesse, desejo ou indicação dos algoritmos junto aos compradores. Entendemos que temos que mostrar o resultado prévio do filme para que estes possam pensar em apostar, para criarmos uma estratégia diferenciada para termos o filme em exibição”**

com artistas incríveis, mas em preto e branco. Sabemos que não estamos agraciados pelo interesse, desejo ou indicação dos algoritmos junto aos compradores. Entendemos que te-

mos que mostrar o resultado prévio do filme para que estes possam pensar em apostar, para criarmos uma estratégia diferenciada para termos o filme em exibição. Nossa trabalho

praça a praça é ganhar força, reconhecimento, e, com os resultados, começar a desenhar a carreira do filme, a fim de chegar a mostra-lo nas salas, telas e streamings, do Brasil e