

A CINEFILIA

FEBRE DE
CINEMA

Você baixa seus e-mails pela manhã e recebe a mensagem de um amigo avisando que um filme raro dos anos 1970 acaba de ser disponibilizado num site de cinema on-line. Então você não resiste, pega um café e se refestela no sofá para assistir no seu *notebook*. Em seguida, visita o fórum do site para checar o que está sendo discutido sobre o filme. Navega depois para outros fóruns semelhantes, “conversa” com outros apreciadores do filme, sendo um de Manágua e um de Singapura. Deixa um comentário rápido no Facebook, recomenda o link do filme no Twitter e escreve um *post* para o seu *blog*. Por fim, visita o IMDb para verificar o que seus críticos favoritos escreveram sobre aquela obra-prima.

Mesmo sem entrar numa sala de cinema, sem conversar no barzinho, sem folhear qualquer publicação impressa nem gastar um tostão, você terá percorrido um circuito completo de autêntica cinefilia. O *notebook*, é claro, não se compara à tela grande, assim como a comunicação virtual não se equipara ao contato pessoal. Os nostálgicos dirão mesmo que o jornal eletrônico não tem as virtudes táteis e até olfativas da revista impressa. Já os contemporâneos argumentarão que nenhum cinema estaria exibindo “aquele” filme. E, afinal, de que outra forma você trocaria ideias com os tais cinéfilos de Manágua e Singapura?

Discussões à parte, o fato é que uma nova cinefilia se impõe para fazer face a uma nova forma de consumo do produto audiovisual. E por que não dizer, a um novo cinema. Um cinema descentrado, individualizado e não simultâneo, mas ampliado pela rede globalizada que já engendrou uma espécie de “novo coletivo”.

Essas modificações na forma de consumo atingem não exatamente “o cinema”, mas um tipo de conformação dominante desde as primeiras décadas do século XX. O cinema narrativo industrial capitalista fincou suas raízes numa equação consagrada pelo cinematógrafo dos irmãos Lumière: muita gente vendo um filme ao mesmo tempo, num mesmo local, para viabilizar um modelo de negócio baseado na imersão coletiva e na imobilização do espectador. Daí surgiram as estratégias de sedução dos “palácios de sonhos”, do *star system* etc. No entanto, essa não era a única configuração do cinema em seus primeiros tempos.

A pré-história do cinema é marcada por evoluções paralelas da exibição coletiva (lanternas mágicas, panoramas) e da fruição individualizada (o kinetoscópio, o mutoscópio e a infinidade de “brinquedos óticos” que colocavam a imagem em movimento ao alcance do espectador único). Os próprios Lumière desenvolveram o kinora, uma miniatura do mutoscópio destinada a exibições domésticas, que fez sucesso entre 1896 e 1912. Do *flip book* ao zoetrópio e ao praxinoscópio, uma miríade de dispositivos faziam do pré-filme algo portátil, manipulável, “possuível” e dependente da mera vontade do consumidor. Algo bem diferente do aparato de projeção comercial que subjugava o público a escolhas, durações e relações institucionalizadas.



Não sem razão, alguns teóricos estão fazendo uma aproximação arrojada entre o pré-cinema e o pós-cinema. Tom Gunning chamou a atenção para o que diferia o “cinema de atrações” de parques e teatros de variedades – experiências por natureza fragmentadas e atravessadas por diferentes intertextos – do modelo estável e submissivo do cinema clássico narrativo hollywoodiano. Este, por sua vez, estaria sofrendo agora a séria concorrência de uma nova cultura de mídia, caracterizada por práticas transitórias, efêmeras e multiplicativas.

Não que o cinema dos primórdios e o audiovisual de hoje sejam a mesma coisa, mas o que se registra é a retomada de um estágio de transição. Muda a forma como a experiência social do cinema é articulada, interpretada, negociada e contestada entre as subjetividades a ela expostas. Velhas hierarquias de produção, distribuição e exibição vão perdendo sua força perante o advento de tecnologias que facilitam o acesso aos filmes e favorecem a mentalidade colaborativa.

Se essa tendência não é exatamente nova, tendo começado com a TV de controle remoto e prosseguido com as sucessivas gerações de vídeo doméstico, o marco atingido com a internet é de um efeito absolutamente exponencial. O acesso e o domínio dos meios de exibição individual ou em pequenos grupos criaram uma nova cinefilia que se propaga acima de territórios, fronteiras, convenções comerciais, restrições de direito autoral e plataformas tecnológicas. Nasceu daí o cinéfilo-autor, capaz de colecionar, comentar e discutir publicamente, avaliar, interferir, modificar, distribuir e exibir seus filmes prediletos. A fruição não se submete a horários, transportes físicos, nem arranjos de curadoria. Em lugar do espectador hipnotizado pela escala e fascinado pela oportunidade rara, temos de volta outra figura do fim do século XIX: o *flâneur*, que percorria a cidade ao seu bel-prazer, sem regras nem objetivos definidos.

A estética do relance está substituindo a estética da contemplação, aquela absorção ilusionista que caracteriza o cinema clássico. O consumo do audiovisual se desinstitucionaliza progressivamente, levando a pesquisadora Miriam Hansen a se perguntar se o modelo de projeção clássico não terá sido um mero interregno na história do cinema, em vez de padrão definitivo.

A indústria tem reagido como pode para preservar sua hegemonia. Investe sobretudo em ferramentas de imersão como os mutiplexes, as gigantescas telas Imax e a profundidade do 3-D. No entanto, movimentos contrários se realizam no ambiente do pós-cinema e na confluência das novas mídias. As imagens não “pertencem” mais aos equipamentos e recintos tradicionais, mas, como observou André Parente, se desmaterializam e se dispersam por galerias, museus, parques e mesmo o espaço urbano. Um cinema da mobilidade se instaura em oposição ao da imobilidade, carregando o espectador para realidades virtuais, experiências interativas e extensões do espaço narrativo no domínio da transmídia.



Lanternas mágicas





[illegible][illegible]



O cinema experimental e as vanguardas de várias épocas têm seus nichos em sites como Ubuweb e The Sound of Eye, que permitem visualização on-line e *download* de materiais considerados não exatamente comerciais. Uma simples consulta no Google descortina um vasto mundo de preciosidades ao alcance dos dedos.

Uma das comunidades mais cultas do setor atende por Mubi. Paraíso de filmes independentes, clássicos e não-americanos, veiculados gratuitamente ou a preços ínfimos, o Mubi oferece aos seus frequentadores todas as ferramentas da nova cinefilia, além de uma excelente curadoria de textos sobre cinema. A comunidade já reúne mais de 260.000 membros registrados em 177 países. Parcerias do Mubi com Martin Scorsese, a Criterion, a Sony e a superlocadora americana Lovefilm estão prometendo levar o consumo doméstico de filmes a um novo patamar.

Algumas das maiores locadoras americanas de DVDs e Blu-rays, que há tempos vêm disponibilizando filmes nas telas do computador, agora acenam com a transferência on-line diretamente para o televisor do cliente e com qualidade HD. O mesmo serviço estava sendo anunciado em novembro por um portal de internet brasileiro. Dependendo do *home theatre*, as condições de exibição podem ser quase tão boas quanto nas melhores casas do ramo.

O cinema on-line tem servido também para expandir o alcance de mostras e eventos com sede fixa. O Mubi, por exemplo, associou-se às duas últimas edições da Mostra Internacional de Cinema de São Paulo para exibir uma seleção de filmes gratuitamente em qualquer computador do Brasil. O site brasileiro Porta Curtas, criado em 2002 e hoje com 213 mil navegadores cadastrados, faz frequentes parcerias com festivais e mostras de curtas. Até o irreverente cineclube carioca Mate com Angu tem se beneficiado da expansão on-line. Vez por outra, suas sessões são transmitidas pela AnguTV diretamente de um certo “Buraco Cavernoso”.

A emergência desses novos hábitos e relações com o produto audiovisual não está imune a questionamentos. Estaríamos vivendo uma Idade Mídia de fato revolucionária, com a formação de novos agentes da cultura, ou um período de promoção da inércia, uma nova forma de passividade? Serão os grupos de afinidade na internet um instrumento capaz de fragmentar o público em nichos cada vez mais estreitos, criando insularidade e câmaras de eco para as opiniões, minando assim as oportunidades para o debate produtivo entre os indivíduos com diferentes visões de mundo? Ou estarão os usuários contemporâneos da *web*, com mais frequência do que nunca, forjando alianças e encontrando interseções com estranhos que seriam radicalmente diferentes deles no “mundo real”?

Para a nova cinefilia, resta saber se será capaz de assegurar para a posteridade a importância do cinema como memória coletiva, um tesouro do século passado que nos cabe preservar ou diluir.

Carlos Alberto Mattos carmattos@filmeicultura.org.br

