

E O CINEMA SE REINVENTA

REFLEXÕES SOBRE O IMPACTO DA TECNOLOGIA DIGITAL NO MERCADO CINEMATOGRAFICO

Karine dos Santos Ruy¹

Resumo: Este trabalho busca lançar algumas reflexões sobre as interfaces entre tecnologia e cinema, com foco no impacto da cultura digital na estrutura do mercado cinematográfico. Para isso, busca-se identificar alguns exemplos que demonstram o processo de reconfiguração do cinema diante da tecnologia digital e perspectivas teóricas sobre essa problemática contemporânea.

Palavras-chave: cinema, indústria cinematográfica, tecnologia digital.

1. Introdução - Sobre a tecnologia e o cinema

Um olhar ao panorama histórico da comunicação evidencia a capacidade das inovações tecnológicas em alterar os status das mídias, oferecendo inclusive novos usos e ressignificações sociais – o factual, por exemplo, só se consolida como valor-notícia quando o aperfeiçoamento dos sistemas de impressão permite a produção de jornais diários. Seguindo esse paradigma, percebe-se claramente que a multiplicidade de recursos e facilidades da revolução digital traz impactos significativos ao cinema. São reconfigurações de diversos parâmetros e que, em maior ou menor grau, vem modificando a forma de se fazer e também de ser ver filmes.

Para analisar essa questão é natural, primeiramente, se perguntar por que uma forma de expressão artística surgida de forma rudimentar no final do século XIX

¹ Doutoranda em Comunicação Social na Pontifícia Universidade Católica do rio Grande do Sul (PUCRS).E-mail: karineruy@gmail.com.



encontra-se tão aberta a interferências da esfera do tecnológico. A explicação não está nos atrativos oferecidos pela câmera digital, internet ou celulares de última geração, mas sim no próprio DNA do cinema: para fazer um filme era necessário, antes de mais nada, a disponibilidade de aparatos técnicos para a captura e reprodução da imagem em movimento.

De início, a produção de filmes é obra de técnicos com interesses preponderantemente comerciais. Um ou outro entre os ancestrais do cinema é cientista, interessado em criar um novo instrumento de pesquisa científica, e há mesmo, entre os inspiradores mais remotos, de quando em vez, um artista, desejoso de ganhar dinheiro por meio de espetáculos de valor estético. Mas os técnicos e industriais levam a palma, fato inevitável que decorre da importância do elemento técnico e econômico na cinematografia; técnica aqui entendida não como o conjunto de recursos estéticos para criar uma obra de artes, mas como instrumento material e mecânico para produzir determinado aparelhamento. (ROSENFELD, 2009, p. 51)

Getino também sublinha a interdependência entre o desenvolvimento do cinema e a disponibilidade de um aparato tecnológico específico para este fim.

Houve inúmeras obras literárias antes do nascimento da indústria cultural, da mesma forma com existiu uma infinidade de obras musicais antes que pudessem ser replicadas em forma de disco. No entanto, o aparecimento da primeira obra cinematográfica teria sido impensável sem a existência prévia de uma indústria capaz de aproveitar os avanços da ciência, da tecnologia e das artes de seu tempo. Isso faz com que a atividade cinematográfica seja uma realidade muito mais condicionada por esse campo que outras manifestações da arte e da cultura (GETINO, 2007, p. 18).

Assim, é de se esperar que a difusão de novos recursos tecnológicos aponte reconfigurações na produção, distribuição e exibição de filmes – tripé da indústria cinematográfica². Na produção, o primeiro impacto e também o mais polemizado é de ordem estética com a substituição da câmera em película 35 milímetros pelas câmeras digitais. O tema foi objeto da tese do cineasta e pesquisador Carlos Gerbase. No trecho a seguir o autor resume o embate sobre a questão.

² “O núcleo central e, provavelmente, o mais dinâmico da indústria audiovisual, compreende as atividades de produção, distribuição e exibição, em torno das quais, organiza-se o espaço audiovisual por meio dos processos que viabilizam, de forma integral, a cadeia produtiva da concepção ao consumo final dos produtos” (BARONE, 2009, p. 25)

Está claro que, assim como a cultura de massa, o cinema digital pode ser monstruoso ou amigável, de acordo com as convicções estéticas e ideológicas de cada um, mas sua existência não pode mais ser negada. O cinema digital está aí para ficar. Ou, melhor dizendo, para se transformar em alguma outra coisa. Essa outra coisa, ainda nebulosa, é que perturba (ou embala) os sonhos de todos os que trabalham com a produção audiovisual. (GERBASE, 2000, p. 20)

A entrada das câmeras digitais nos sets de filmagem significa uma redução dos custos com material virgem e, conseqüentemente, novas possibilidades de experimentação artística – sabe-se que refazer uma cena em filme captado no formato tradicional envolvia sempre disponibilidade orçamentária para utilizar novos rolos de filme 35mm. Amplia, da mesma forma, os recursos da edição, incluindo o aperfeiçoamento dos efeitos especiais.

Também é imprescindível observar como a relação entre cinema e tecnologias impacta nas escolhas estéticas e narrativas de uma obra audiovisual. Tendo em vista que um filme é resultado do seu contexto de produção, elementos como a escassez de recursos e maximização no emprego de dispositivos tecnológicos mais acessíveis serão latentes – levando em consideração, no caso, a realidade de um filme de baixíssimo orçamento. Indo além, deve-se pensar também nos impactos que as reconfigurações tecnológicas apresentam ao próprio fazer cinematográfico, como argumenta a pesquisadora Miriam Rossini.

As novas câmeras digitais, usadas tanto para cinema quanto para televisão, vêm provocando uma hibridação que não está mais apenas no conteúdo, mas na própria técnica. Hoje, é mais barato fazer um filme em digital, que permite ver o resultado na hora, e depois passá-lo para a película. Além disso, um filme captado em digital necessita de muito menos cuidado em sua realização, pois pode-se, na hora da edição, corrigir muitas das falhas através do uso do computador. O computador não é mais usado somente para inserir efeitos especiais complicados: uma simples correção de luz, de cor, ou o apagamento de um fio que ficou aparecendo se faz através do tratamento da imagem. O processo da montagem também se transforma. O termo edição, antes usado apenas para os processos eletrônicos, também passa a ser usado no cinematográfico. Além de uma mudança de termos, temos aqui toda uma mudança conceitual. (ROSSINI, 2008).

A intenção deste trabalho, contudo, não é esmiuçar comparativamente as especificidades técnicas do cinema analógico e do digital – missão para outras esferas de estudo – mas sim refletir sobre como as transformações no campo cinematográfico remodela aspectos mercadológicos. São problemáticas, vale ressaltar, que se apresentam

com tom especulativo, como é natural em momentos de transição e adaptação a novos arranjos.

2. Questões de mercado: Ver ópera no cinema, assistir filme no Youtube

Na sociedade contemporânea, o acesso à produção e à circulação de bens culturais dialoga profundamente com as possibilidades apresentadas pelas tecnologias de comunicação digital. Com a efervescência de um modelo pautado por novos modos de interação, no qual a figura do emissor passa a ser ao mesmo tempo descentralizada e pulverizada, também são atualizados os discursos sobre diversidade e democracia cultural.

Os novos media permitem a comunicação individualizada, personalizada e bidirecional, em tempo real. Isso vem causando mudanças estruturais na produção e distribuição da informação, tanto em jornais, televisões, rádios e revistas quanto no setor de entretenimento como o cinema e a música. A tecnologia digital proporciona, assim, uma dupla ruptura: no modo de conceber a informação (produção por processos microeletrônicos) e no modo de difundir a informações (modelo Todos-Todos). Alguns autores chegam mesmo a falar de um domínio dos meios de produção pelo público (LEMONS, 2010, p. 79).

Sob outra linha de análise, a entrada de ferramentas tecnológicas digitais não oferece as condições necessárias para desenhar transformações profundas nos modelos de comunicação a ponto de transformá-los em processos mais democráticos.

É certo que a digitalização e a internet abrem possibilidades inédita de democratização da cultura, mas apenas do ponto de vista da tecnologia. O resultado efetivo do processo depende da ação dos atores hegemônicos no mercado e só poderia ser contrarrestado pela ação decisiva do Estado, por meio de políticas públicas anticoncentracionistas, promotoras da diversidade cultural e da produção local, regional e independente. (BOLAÑO, GOLIN, BRITTOS e MOTA, 2010, p. 15).

No cinema, a utilização de aparatos digitais possibilita alterações sensíveis na forma como os filmes circulam, indicando reestruturações nas atividades relativas ao negócio do audiovisual, conforme destacado por Enrique Bustamante.

[...] A implementação de uma nova forma de distribuir filmes implica duas consequências que têm sua repercussão no financiamento do setor: maior gasto per capita no pagamento direto pelo consumo audiovisual, e uma aceleração do ciclo de vida do produto cinematográfico para a recuperação rápida dos investimentos e a otimização ao máximo do marketing e da comercialização (BUSTAMANTE, 2003, p. 96).

Um ponto citado como positivo do cinema digital é a oportunidade de ampliar a variedades de obras que podem ser exibidas no circuito de salas. Algumas redes de multiplex já vêm disponibilizando no país a exibição de óperas internacionais³, por exemplo. Na avaliação de De Luca, a entrada de novos conteúdos num espaço convencionalmente reservado a filmes deve se consolidar como principal atrativo para a implantação de sistemas digitais nas redes de exibição.

Não bastasse a exceção de ser o único a operar um tipo de material que se encontra em extinção, há uma clara percepção de que o espaço destinado à exibição dos filmes sofrerá francas alterações, a começar pela introdução da tecnologia que exhibe filmes com imagens tridimensionais, mas também pelo uso de uma mesma sala para serem exibidos outros conteúdos, como se vêm experimentando: óperas, shows, jogos, palestras, conferências, eventos, programas televisivos, etc. (DE LUCA, 2009. p. 365)

Já as desvantagens apontadas por especialistas giram em torno dos custos de adaptação da rede de salas e da ameaça da pirataria com a distribuição de filmes via plataformas Internet. O quadro a seguir reúne alguns prós e contras, observados por Bustamante, do cinema digital para a área da distribuição.

Tabela 1: Vantagens e inconvenientes do cinema digital, segundo Bustamante ((2003, p. 101)

| Vantagens | Inconvenientes |
|--|--|
| - Redução dos custos de cópia e legenda; | - Necessidade de realizar investimentos nas salas que pertençam às distribuidoras; |
| -Estréias mundiais com dublagem e legendas estabelecidas para os grandes mercados; | - Falta de padronização entre os diferentes sistemas que existem no mercado; |
| - Maior dependência das salas de exibição; | |
| -Economia de custos de intermediação por não | |

³Desde 2006 o Met, Metropolitan Opera de Nova York, exhibe ao vivo suas montagens nos cinemas dos Estados Unidos, Europa e, a partir de 2009, também no Brasil

necessitar de distribuidores locais;

- Pirataria.

- Diminuição na capacidade de controle dos sistemas protecionistas que existem em diferentes mercados cinematográficos.
-

Apesar de lançar um olhar cauteloso sobre as reconfigurações das dinâmicas do mercado, Bustamante não ignora as vantagens reunidas pelos processos de digitalização do cinema, como a redução de custos em todas as fases da produção, impulso à criatividade e introdução de efeitos especiais na etapa de pós-produção.

Resumindo, a gravação digital fomenta claramente as experimentações estéticas e permite desenvolver novos nichos de mercado ligados a produtos e formatos locais. E deste ponto de vista se levantam importantes desafios que devem ser aproveitados pelos mercados mais fracos, pelas produtoras pequenas e pelos realizadores que têm dificuldades para entrar no mercado da produção pela histórica e endêmica série de problemas que existem na produção cinematográfica internacional. (Ibidem, p. 95).

Como Bustamante aponta, as tecnologias digitais possibilitam a entrada de novos atores no mercado cinematográfico, consequência do barateamento dos processos de produção e da facilidade de acesso às suas ferramentas. Mas o impacto não se restringe a essa etapa. Os filmes criados fora do eixo tradicional, com baixíssimo orçamento e máxima utilização dos recursos tecnológicos, têm a necessidade de incorporar mecanismos alternativos também na distribuição – ou melhor, circulação, uma vez que o conceito de distribuição remonta ao circuito comercial clássico do mercado cinematográfico.

As reconfigurações nas relações da cadeia cinematográfica podem ser observadas na transformação do perfil da economia do setor. O cinema deixou de ter seu principal retorno da exploração do filme nas salas. Algumas cifras do mercado norte-americano resumem essa situação: em 2009, a venda de ingressos de cinema nos Estados Unidos somou US\$ 10.584 bilhões, enquanto o *home vídeo* atingiu o montante de US\$ 27.751 bilhões (MPAA, 2009). Quando a bilheteria nas salas de cinema deixa de ser a principal fonte de faturamento da indústria cinematográfica, tem-se como resultado a diminuição do intervalo entre o lançamento de um filme nos circuitos tradicionais e nas plataformas seguintes, sobretudo o DVD. Em 2007, o presidente da

associação dos exibidores norte-americanos – NATO, destacava esse tema como um novo desafio do meio cinematográfico. “Essa é a nossa maior preocupação hoje, o problema número um”, afirmou na época (BOLETIM FILME B, nº 487, 2007, p. 1). Relatórios divulgados pela associação apontaram que, em 2006, o mercado norte-americano registrou uma redução média de 7,2% no intervalo entre o lançamento de um título na sala de cinema e em DVD. (Ibidem).

Na avaliação de Canclini, esses registros chamam a atenção para a faceta multimidiática que vem sendo assumida pela economia do cinema.

Torna-se cada vez mais claro que a sobrevivência do cinema não depende apenas de sua projeção nas salas, mas do desempenho de um novo papel no conjunto do campo audiovisual. Os filmes de hoje são produtos multimídias, que devem ser financiados pelos diversos circuitos que os exibem. (CANCLINI, 2008, p. 147).

Entretanto, apesar das transformações na lucratividade do cinema nos circuitos de salas, o desempenho de um filme nessa primeira janela de exibição continua sendo fundamental para desenhar a trajetória que seguirá, a partir daí, a sua carreira. Como lembra De Luca, “[...] são raríssimos os casos em que um filme que não teve um lançamento representativo nos cinemas tenha conseguido bons resultados nos outros veículos” (2010, p. 132). Ou seja, quanto maior interesse um título despertar no público e maior for a sua apreciação – em termos numéricos – nas salas de cinema, mais valorizado ele será no momento de negociar o seu lançamento em DVD, televisão fechada e televisão aberta, por exemplo.

A internet, nesse contexto, desponta como um meio eficiente para a circulação de obras que dificilmente encontrariam espaço na programação de uma sala de cinema. Assim como outros modelos de conteúdos, nas diversas plataformas da web, esses filmes têm a oportunidade de circular, encontrar seu público, afinal, serem vistos.

O Brasil tem demonstrado grande variedade e diversidade cultural através das produções realizadas. O que acontece, porém, é que grande parte desse conteúdo não encontra espaço ou público nas mídias consideradas “tradicionais”, favorecendo ainda a concentração especial nas regiões onde a economia é mais forte. Nesse sentido, as novas mídias se apresentam cada vez mais como uma alternativa à exibição dos filmes, podendo funcionar como instrumentos alternativos e viáveis de difusão do conteúdo independente produzido no país. (NUDELIMAN e PFEIFFER, 2010, p. 112 Cinema e Mercado)

O investimento em caminhos de distribuição e exibição alternativos ao convencional, baseados principalmente nos recursos da web, já ganha espaço nos debates sobre políticas públicas para o audiovisual no Brasil. Uma vez que o diagnóstico do mercado cinematográfico brasileiro comprova a ineficácia de distribuição e o esgotamento do circuito exibidor – pautado pela presença hegemônica do filme estrangeiro – torna-se urgente o aproveitamento de outros modelos de distribuição e exibição dos filmes.

O desafio permeou os debates do 8º Congresso Brasileiro de Cinema, realizado em setembro de 2010 em Porto Alegre. Com contornos comemorativos aos dez anos do 3º CBC, também realizado na capital gaúcha, o evento propôs, em linhas gerais, um debate acerca da capacidade de se formatar no Brasil uma diversidade cinematográfica, com condições de dialogar com espectadores e também de estar disponível a uma audiência mais abrangente, através da implementação de um modo de circulação de filmes nacionais apto a integrar as diversas janelas do meio audiovisual. Para o então Secretário do Audiovisual, Newton Cannito, esse conceito de diversidade passa pelo estímulo a práticas de distribuição diferenciadas, capazes de atender as especificidades de circulação e consumo dos projetos cinematográficos que vêm sendo desenvolvidos no país.

Temos que pensar em modelos alternativos de distribuição que contemplem os filmes autorais e filmes médios. Essas políticas, em muitos casos, são políticas de distribuição que se associam a mídias digitais, valendo-se de estratégias transmidiáticas. É importante incentivar o surgimento de distribuidoras e aproximá-las das pequenas e médias agências de publicidade, muitas atuantes em mídias alternativas, como a internet, a performance de rua, etc... É da mistura entre esses dois conhecimentos que surgirão empresas que saberão promover e distribuir nossos filmes em espaços alternativos e para públicos ainda não atingidos. Temos um vasto mercado a ser conquistado. (Depoimento de Newton Cannito em entrevista a Hermes Leal, 2010, p. 22).

A disponibilidade dos meios de produção e circulação de obras audiovisuais também lança reflexos na cultura em torno do meio cinematográfico. Uma vez que emerge um processo de democratização das condições de criação, abre-se espaço para um novo perfil de realizadores, como pontua Henry Jenkins.

A produção digital de filmes alterou muitas das condições que levaram à marginalização as iniciativas anteriores – a web fornece um ponto de exibição, levando o cineasta amador do espaço privado ao espaço público; a edição digital é muito mais simples que a edição do Super-8 ou do vídeo e, portanto, abre espaço para artistas amadores remodelarem seu material de forma mais direta; o computador pessoal possibilitou ao cineasta amador até imitar os efeitos especiais associados a sucessos de Hollywood, como *Guerra nas Estrelas*. (JENKINS, 2009, p. 200)

Vale destacar outros exemplos que indicam a capacidade da tecnologia digital alterar significativamente marcos da indústria cinematográfica. O caso mais perceptível talvez seja em torno da própria cultura do consumo do cinema. Sabe-se que o hábito de locar filmes em vídeo locadoras caiu drasticamente e é frequente o anúncio de estabelecimentos do tipo que encerram seus negócios. O motivo mais citado é a pirataria – não somente a mais conhecida, da compra de cópias piratas de DVDs, mas principalmente do hábito doméstico de se baixar filmes de forma ilegal na internet⁴. O combate à pirataria frequentemente esbarra nas limitações da legislação do direito autoral na internet. Trata-se de um cenário nebuloso e composto por interesses contraditórios. Sabe-se, por exemplo, que discurso publicitário procura justamente ressaltar a capacidade dos novos dispositivos eletrônicos de baixar e distribuir conteúdos em alta velocidade e qualidade.

A relação entre indústria do cinema e aparatos da tecnologia digital, entretanto, não precisa ser entendida como um embate sem soluções possíveis. Percebe-se cada vez mais o interesse de ambos os segmentos encontrarem soluções criativas para uma convivência que certamente não terá fim. Entre elas pode-se destacar o acordo fechado entre a plataforma Youtube e os estúdios Lionsgate, MGM e Sony Pictures para disponibilizar 400 títulos completos e gratuitos para o público. O aproveitamento do potencial da internet também parte dos realizadores independentes e facilita a criação e formas inéditas de produção cultural. Nesse sentido, atualmente ganha força o sistema de crowdfunding, plataforma para financiamento coletivo. Os projetos culturais são inscritos em sites criados especificamente com este objetivo – no Brasil o mais

⁴ No início de 2012, um tribunal federal na Virgínia, nos Estados Unidos, ordenou o fechamento de 18 domínios associados ao grupo Megaupload, que hospedava de maneira ilegal conteúdo audiovisual, incluindo filmes e minisséries.

conhecido é o Catarse (catarse.me) – e os interessados podem contribuir com doações para que a meta de captação seja atingida.

É preciso ter clareza que a discussão traçada aqui se dá em torno de um fenômeno recente, cuja característica marcante é o constante aperfeiçoamento. Assim, é de se esperar que os conflitos e adaptações requeridas pela consolidação da tecnologia digital não se esgotem rapidamente. A problemática a ser esclarecida daqui por diante é se o impacto da dos recursos digitais no cinema, ao menos no que diz respeito a questões mercadológicas, será capaz de confirmar a tendência de democratização tanto ao acesso quanto à difusão e consumo dessa esfera de produtos culturais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARONE, João Guilherme. **Comunicação e Indústria Audiovisual: Cenários Tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 90**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

BOLETIM Filme B, edição 478.

BUSTAMANTE, Enrique. **Las industrias culturales, entre dos siglos**. In: BUSTAMANTE, Enrique (org.). *Hacia um nuevo sistema mundial de comunicación*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2003.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

DE LUCA, Luiz Gonzaga Assis. **Cinema digital: um novo cinema?**. São Paulo: Imprensa Oficial – Fundação Padre Anchieta, 2004.

_____. **A Hora do Cinema Digital – Democratização e Globalização do Audiovisual**. São Paulo: Imprensa Oficial – Fundação Padre Anchieta, 2009.

GERBASE, Carlos. **Quem tem medo do cinema digital?** Revista Famecos. Porto Alegre, nº 5, julho de 2000.

GETINO, Octavio. **Introdução** In: MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema no Mundo – Indústria, política e mercado na América Latina**. São Paulo: Escrituras Editora, 2007.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2011.

NUDELIMAN, Sabrina; PFEIFFER, Daniela. Novas Janelas. In.: MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema e Mercado**. São Paulo: Escrituras e Iniciativa Cultural, 2010.

ROSENFELD, Anatol. **Cinema: Arte & Indústria**. São Paulo: Perspectiva, 2009.

ROSSINI, Miriam. **Convergência tecnológica: cruzamentos entre cinema e televisão**. Animus – Revista Interamericana de Comunicação Midiática. Vol. 7, nº 13, jan–jun 2008.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.