



CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**O GOSTO DOS OUTROS:
Consumo, cultura *pop* e internet na crítica
de cinema de Pernambuco**

Rodrigo Octávio d'Azevedo Carreiro

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, sob a orientação da Prof^a. Dra. Angela Freire Prysthon.

Recife, maio de 2003

Resumo

A crítica de cinema, exercida nos meios de comunicação que utilizam a linguagem escrita (jornais, revistas e *sites* na internet), atravessa uma crise. O objetivo deste trabalho é realizar uma leitura histórica da trajetória da crítica jornalística de cinema em Pernambuco, durante todo o século XX, no sentido de identificar os desvios de rota a que ela foi submetida. Parto do pressuposto de que as causas da crise não estão localizadas apenas em Pernambuco; a crítica local apenas reverberou uma crise global da crítica. A indústria cultural, o dilema entre alta cultura e cultura de massa, a ascensão da juventude à posição de categoria hegemônica no mapa do consumo pós-moderno, a cultura *pop*; todos esses fatores ajudam na consolidação da crise, materializada na homogeneização de forma e conteúdo dos textos críticos. Dentro desse panorama, o ciberespaço será visto, ao mesmo tempo, como último estágio da padronização da crítica e como estrutura tecnológica que possibilita a reestruturação da esfera pública. Isso traria à crítica a retomada de sua função original de resistência cultural. Para realizar essa análise, traço um panorama histórico da interseção entre crítica, cinema e jornalismo. As teorias críticas, pós-modernas, os estudos do cinema, do jornalismo e do ciberespaço fornecem a moldura teórica da dissertação.

Palavras-chave

Crítica de cinema – Jornalismo – Pós-modernidade – Cultura *pop* – Consumo – Internet.

Abstract

The film criticism in the press medium (journals, magazines and internet *sites*) is passing through a crisis. The purpose of this project is to make an historical lecture of Pernambuco's film criticism along the Twentieth Century, trying to identify how the cultural logic of the postmodernity threw it into crisis. It's presumed that the reason of the criticism crisis is not located only in Pernambuco; the local criticism just gleamed a global slump of criticism. The culture industry, the tension between highbrow and lowbrow culture, the rise of youth as an hegemonic category on postmodern consumerism's map, the pop culture; all those factors help to consolidate the crisis, which is materialized in the standardization of form and content of the film criticism. The cyberspace will be seen as both, the last stage of the standardization of criticism, and the technological structure that makes possible the reconstruction of the public sphere. That should give back criticism its original function: cultural resistance. To realize this analysis, I build an historical view of the intersection between criticism, film and journalism. Classic and contemporary critical theory, postmodern theories, journalism, cyberspace and film studies provide the theoretical frame of this work.

Keywords

Film Criticism – Journalism – Postmodernity – Pop Culture – Consumerism – Internet.

Índice

Introdução: uma proposta de leitura histórica	07
1. Da origem ao auge: anos 1900-60	
1.1 O Grande Divisor	16
1.2 Arte ou entretenimento?	25
1.3 Primeiros cismas	32
1.4 O Recife	36
2. O consumo: anos 70-80	
2.1 O <i>blockbuster</i>: e a cinefilia	49
2.2 Pequenos Divisores	55
2.3 O Recife	67
3. A cultura <i>pop</i>: anos 80-90	
3.1 Manuais de redação e a crítica-ícone	76
3.2 Cultura jovem	84
3.3 O Recife	94
4. A internet: anos 90-hoje	
4.1 A cibercinefilia	103
4.2 Um espaço discursivo global	110
4.3 O Recife	121
5. Estudo de caso: <i>Minority Report</i>	
5.1 Observações iniciais	132
5.2 O filme no cinema	134
5.3 O filme em <i>home vídeo</i>	141
Conclusão: Por uma esfera pública virtual	144
Bibliografia	150
Anexos	156

Agradecimentos

Por experiência própria, sei que só as pessoas que acompanharam a pesquisa vão se dar ao trabalho de passar os olhos aqui. Se alguém o fez e não encontrou o nome, portanto, lembre-se de que boa memória jamais foi uma qualidade minha. Peço desculpas antecipadas.

Isso posto, gostaria de dizer um “muito obrigado” a todos que ajudaram, direta ou indiretamente, na pesquisa. À antiga turma do *Viver* (Adriana Dória Matos, Luciana Veras, Débora Nascimento e Tatiana Meira), que ajudou a liberar minha agenda nos dias de sufoco. A meu irmão, Diego Raphael, que deu várias dicas bibliográficas. A meus pais, Maria Célia e Raimundo, sem os quais eu jamais teria me interessado por cinema (sem eles, eu teria acabado como surfista ou jogador de futebol).

Alguns professores do PPGCOM ajudaram enormemente, lendo trechos do trabalho, apontando falhas, sugerindo cortes: Paulo Cunha, Isaltina Melo, Cristina Teixeira, Marco Bonetti e Eduardo Duarte, principalmente. Também agradeço aos mestrandos que participaram dos *work in progress*, e especialmente a Florilton Tabosa e Janaína Freire, pelo aprofundamento dessas discussões.

Devo agradecer também à ajuda dos pesquisados, pela paciência e generosidade em responder às minhas perguntas insistentes: Alexandre Figueirôa, Kleber Mendonça Filho, Ernesto Barros, Fernando Vasconcelos, Celso Marconi e Carol Ferreira, vocês foram ótimos (e Lule, você já está lá em cima). Além deles, outros pesquisadores que, antes de mim, se debruçaram sobre o cinema pernambucano e me confiaram os resultados de seus trabalhos: Luciana Araújo, Luis Herrisson e Diana Moura Barbosa.

Por fim, devo um “obrigado” especial a duas pessoas: Angela Prysthon (pelo serviço “24 horas on-line” de correções, pela orientação precisa, pelas dezenas de indicações de leitura e pelas discussões, em sala de aula e fora dela) e Adriana Santana (por não ter pedido o divórcio, depois de aturar seguidas noites e finais de semana sem o marido por perto, e pelo incentivo em geral). Sem vocês, eu não teria conseguido.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Dedicatória

Para Adriana, por estar aqui.

Introdução: uma proposta de leitura histórica

A crítica cultural vive uma crise. Essa constatação traz, em si, uma afirmação e várias perguntas. A afirmação é óbvia; as perguntas descortinam sua seqüência lógica: por quê? Qual a origem dessa crise? Como ela pode ser percebida atualmente? Qual a função que a crítica de cultura possui, na contemporaneidade, onde a própria noção de cultura já foi distorcida e reciclada tantas vezes?

O trabalho que se inicia tem como proposta básica tentar elaborar uma resposta coerente a essas perguntas. Partindo do pressuposto que a crítica vive uma crise, o objetivo é discutir as razões dessa situação. Mas, antes disso, é preciso reformular a primeira afirmação: será que a crítica cultural está mesmo em crise? E, afinal, de que crítica se está falando, quando se sabe que a crítica cultural se fragmenta em muitas ramificações, cada uma com suas particularidades?

Abordar todos os tipos de crítica não seria sensato num trabalho desse porte. Assim, a dissertação passou a restringir o estudo apenas à análise do cinema. Ainda assim, seria possível falar de vários tipos de crítica. De fato, a crítica cultural nasceu e se desenvolveu dentro do ambiente acadêmico. Mas a crítica que interessa, no âmbito deste trabalho, é a de maior alcance do público, formada pelas resenhas publicadas nos jornais, na internet. Pode-se argumentar que o jornalismo cultural não é crítica, por não pretender a profundidade e a capacidade analítica da atividade acadêmica. Mas o exercício dessa modalidade jornalística perfaz uma parcela da crítica que é confundida, por muitos, com o todo. E é a partir do exercício dessa faceta da crítica que a sombra ameaçadora da crise se insurge.

A percepção dessa crise aparece, primeiramente, do próprio público receptor da atividade, os leitores dos jornais e *web sites* (e também espectadores de filmes, já que se fala aqui de cinema). Há um clichê que deixa antever uma faceta dessa crise: "o crítico é um artista frustrado". Será mesmo? O público contemporâneo parece achar que sim. E,

amparado nessa afirmação, nessa voz sem dono que se desdobra e se repete, sem conhecer fronteiras geográficas ou culturais, o público taxa o crítico de 'cabeça'. Além de artista frustrado, então, o crítico é um sujeito excêntrico, arrogante. Em suma, um chato.

Dessa percepção surgem comportamentos-padrão. O leitor lê uma crítica elogiosa a um filme e avisa logo que não pretende assisti-lo: "se o crítico gostou, deve ser um saco". Noutra caso, vê um texto em que o autor traça adjetivos demolidores e, ato contínuo, decide ir ao cinema: "se o crítico detestou, deve ser legal". Para o leitor/espectador contemporâneo, quase todo crítico tem um quê de cientista louco.

Esse tipo de observação pode ser percebido cotidianamente por aqueles que trabalham diretamente com a atividade crítica. Esse foi o meu caso. Entre junho de 1997 e janeiro de 2003, editei o suplemento cultural do *Diário de Pernambuco* e trabalhei com quatro críticos de cinema: Ernesto Barros, Rodrigo Salem, Alexandre Figueirôa e Luciana Veras. A crise da crítica atuou como pano de fundo em muitos atritos. Como mediador desses dois campos de força desiguais, a voz do leitor e o discurso do crítico, me sentia no centro de uma batalha.

A distância entre crítica e público era perceptível no cotidiano da redação. Em muitas ocasiões, o crítico reclamava por ter que escrever sobre um filme obviamente ruim, mas cujo lançamento era um 'evento'. Noutras, implorava por mais espaço para que pudesse derramar palavras fartas a respeito de uma obra que, se sabia de antemão, não ia ter platéia. Quando era eu quem exercia a crítica de cinema (atividade realizada de forma esporádica até 2001 e mais constante a partir de então), travava essa batalha comigo mesmo. Queria escrever sobre certos filmes, mas achava que não deveria. Iria afugentar leitores. Ou levaria uma reprimenda dos superiores hierárquicos.

As reflexões que nasceram desse tipo de embate levaram à constatação da crise na atividade da crítica. Porque um editor é como um garçom, convive com um dogma jornalístico: o cliente sempre tem razão. Meu cliente, no caso, era o leitor. E o leitor achava o crítico 'um saco'. Já

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

ouvi reclamações de várias maneiras – em encontros pessoais, por carta, *e-mails* ou telefonemas desaforados. Leitores taxavam os críticos de elitistas, se a obra em questão era um filme iraniano. Outros nos chamavam de ‘vendidos’, quando comentávamos um filme da Xuxa. A gente ouviu tantas vezes esse tipo de reclamação, nas redações dos jornais, que acaba acreditando um pouco nelas.

De qualquer forma, é inegável que há um abismo entre as opiniões dos críticos e dos leitores. E, claro, eu não era o único a percebê-lo. A crise da crítica é objeto de estudo e reflexão há algumas décadas. Há centenas de livros, estudos, ensaios, teses e dissertações que abordam o assunto. Uma dessas obras, um ensaio escrito por Terry Eagleton sobre a crítica literária na academia, diz o seguinte:

“Este livro defende a tese de que a crítica atual perdeu toda a relevância social. Ou faz parte do ramo de relações públicas da indústria literária, ou é uma questão inteiramente interna às academias. Que nem sempre isso aconteceu, e que nem é preciso que hoje isso aconteça, é o que tento mostrar através de uma história drasticamente seletiva da instituição crítica na Inglaterra desde os primórdios do século XVIII.” (Eagleton, 1991: 1).

A intenção deste trabalho remete mais ou menos ao que fez Eagleton, traçando um percurso semelhante – trocando a Inglaterra pelo Recife, a literatura pelo cinema e a universidade pelas redações dos jornais. Mas por que existe essa necessidade, pode-se perguntar? Em resumo, porque esse tipo de reflexão é necessário para o restabelecimento da autoridade cultural do crítico e do diálogo deste com o leitor. Nessa falta de autoridade, de fato, parece estar um dos focos da famigerada crise: o crítico tem sido freqüentemente acusado de ser apenas um espectador que viu o filme antes. Nesse discurso, transparece a falta de autoridade do analista para realizar a mediação entre público e artista. E se foi para realizar essa articulação que a figura do crítico nasceu, então a dissolução da função original da crítica é uma realidade.

É preciso resgatar a voz do crítico e fazê-la voltar a dialogar com o leitor.

Portanto, temos um problema. Um problema global: a crise da crítica, afinal, não existe apenas no Brasil. Ela se verifica no Recife, em São Paulo, em Nova York, Paris, Buenos Aires. Este trabalho não pretende resolvê-lo, mas objetiva mapear os desvios de percurso da crítica que levaram a atividade a experimentar essa sensação de impotência gerada pela crise. E, igualmente importante, deseja recolher indícios, se eles efetivamente existem, de que a crise pode ser superada. Se o fenômeno é global, podemos analisá-lo partindo de qualquer ponto geográfico. Esse ponto, para nós, é o Recife e a crítica de cinema que aqui se desenvolve.

Inicialmente, a hipótese essencial da pesquisa parte de um pressuposto claro: os críticos contemporâneos escrevem textos parecidos, não importa onde estejam geograficamente baseados. Não é difícil perceber essa característica nas narrativas da crítica. Em *sites* que reúnem grandes números de textos críticos, como o *Rotten Tomatoes*, é possível ter acesso a críticas escritas em todas as partes do mundo, por críticos das mais diversas nacionalidades, e nas mais diferentes línguas. Nas narrativas, porém, raramente é possível perceber alguma particularidade, alguma abordagem realmente original. As narrativas são semelhantes, usam as mesmas referências culturais, estratégias de linguagem iguais, compartilham experiências cinematográficas parecidas, exaltam ou condenam estéticas similares. Como explicar isso? E, mais importante: essa semelhança é positiva ou negativa para a crítica?

A existência da internet é, claramente, a resposta mais óbvia para a pergunta. A *World Wide Web*, afinal, materializa o estágio mais avançado da globalização cultural que vivemos na contemporaneidade. Mas essa resposta é tão óbvia quanto incompleta. Logo nos primeiros estágios da pesquisa, era evidente que a existência da grande rede não conseguiria explicar, sozinha, o panorama de crise. De fato, paradoxalmente, tornou-se perceptível que a internet foi capaz de estabelecer uma estrutura circular de constituição de discursos, um espaço discursivo, onde a crítica jornalística internacional recolhe

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

referências para consolidar um diálogo – ou seja, estabelecer um dialogismo – com os colegas ‘párias’.

O uso atual que os críticos fazem dessa estrutura circular, porém, precisa ser entendido de forma dialética. A internet tanto pode padronizar ainda mais o discurso da crítica quanto ajudar na consolidação de uma nova esfera pública, de uma nova forma de resistência cultural. A interferência da internet no discurso da crítica passou a ser vista de duas formas. Primeiro, como o estágio mais recente do fenômeno da padronização das narrativas da crítica, uma homogeneização discursiva que transcende a existência da WWW e remonta a uma série de fatores socioculturais associados. Depois, como o restabelecimento de condições materiais para, se utilizada democraticamente, ajudar a recuperar o diálogo entre público e crítica, revitalizando a idéia de esfera pública e resgatando a função original da atividade.

Para estudar o fenômeno em toda a sua amplitude, foi necessário ir refazendo o percurso da crítica, no sentido inverso, até as origens do cinema. As tecnologias de informação, a indústria cultural, o dilema entre alta cultura e cultura de massa, a lógica cultural da pós-modernidade, as estratégias de consumo (passivo ou não) advindas dessa mesma lógica, a ascensão da juventude a categoria sociocultural importante, o estabelecimento da cultura *pop*; todos esses fatores exercem ou exerceram papéis importantes na consolidação da crise da crítica e na padronização das narrativas produzidas por ela.

Estudar o exercício da análise de cinema nos jornais, contudo, mostrou-se uma atividade de múltiplas repercussões. Se a pesquisa restringiu, por um lado, a abrangência a apenas uma das facetas da crítica (a jornalística), por outro lado agregou duas dimensões fundamentais ao trabalho. Como realizar uma leitura histórica da crítica de cinema sem estudar retrospectivamente a evolução da atividade cinematográfica e do jornalismo, no século XX? Impossível. As três esferas – crítica, cinema e jornais – se interpenetram constantemente, se atravessam a todo instante, durante os últimos cem anos.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

O debate a respeito do cinema como arte ou como entretenimento, por exemplo, exerceu profunda influência nos destinos da crítica da atividade. De certa forma, ele foi travado tanto nas páginas dos jornais quanto nas universidades e nos sets de filmagem. Outro exemplo: até que ponto a padronização crescente dos jornais, nos sentidos editorial e gráfico, afetou as narrativas da crítica? Não parece evidente que parte da percepção da homogeneidade que se observa na crítica está nos suplementos culturais, que se parecem na forma e no conteúdo?

Não é possível, portanto, isolar um dos três componentes. Estudar a crítica jornalística de cinema significa estudar a crítica, o jornalismo e o cinema. Tudo junto. Até porque, num olhar retrospectivo, pode-se afirmar que a padronização não atinge apenas a crítica: os jornais não parecem iguais? Os filmes também não são cada vez mais semelhantes? Seria a padronização cultural um dos reflexos culturais da pós-modernidade? E como tudo isso aconteceu no Recife?

Como se vê, de uma simples pergunta – por que existe crise na crítica? – se desdobram muitas outras. Esse foi um padrão recorrente: a cada resposta, novas dúvidas surgiam. A melhor maneira de organizar e apresentar as idéias surgidas a partir dessas reflexões parecia ser, então, traçar um panorama histórico da atividade da crítica de cinema no Recife, em todo o século XX. O trabalho foi, então, acrescido dessa dimensão historiográfica. Que não é, porém, estanque; em determinados momentos, o objeto de estudo se rebela, corre até muitos anos à frente no tempo, retorna para décadas atrás. Mas não desaparece jamais. Está sempre lá, esperando para ser desvelado, aos poucos.

A partir do momento em que ficou evidente a necessidade desse olhar retrospectivo histórico, a divisão do trabalho em seções ficou mais evidente. Assim, a pesquisa foi realizada em cinco capítulos. Os quatro primeiros enfocam essa dimensão historiográfica, realizando uma leitura crítica (por que não?) da evolução da atividade, desde a origem do cinema até a atualidade. O quinto realiza um estudo de caso, que tenta materializar a situação atual da crise da crítica: todos os textos escritos

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

no Recife sobre um filmes foram reunidos e colocados lado a lado. Ao final, em uma breve conclusão, tentei refletir sobre as perspectivas da crítica de cinema para o futuro, analisando as possibilidades de uma esfera pública virtual se consolidar de fato.

Em cada capítulo, a leitura histórica da interseção entre crítica, jornais e cinema foi filtrada através de perspectivas teóricas múltiplas, que iam sendo atualizadas a cada capítulo. Assim, cada período estudado foi sendo analisado sob a ótica de teorias estéticas, comunicacionais ou socioculturais produzidas nas mesmas condições históricas. O trabalho abriga tenta reunir, assim, a teoria crítica clássica à contemporânea, os Estudos Culturais à Análise do Discurso, a teoria pós-moderna aos estudos da internet, as teorias do cinema aos estudos do jornalismo.

O primeiro capítulo enfoca o período que vai da origem da crítica de cinema ao apogeu da atividade (anos 1900-60). A compreensão dessa época depende fundamentalmente dos escritos dos autores da Escola de Frankfurt (Adorno, Horkheimer, Benjamin). O conceito de Grande Divisor (Huysen) e a tensão entre cultura de massa e alta cultura (Shusterman) aparecem com destaque. São narrados o nascimento do cinema como entretenimento popular e sua luta para ser reconhecido como arte (Turner), bem como o papel da crítica nessa briga (Haberski Jr.).

O segundo capítulo trata das primeiras conseqüências da pós-modernidade (Jameson), em especial do aparecimento de estratégias distintas de consumo do cinema, uma passiva (Featherstone) e outra com função de resistência cultural (Canclini, Hebdige). O aparecimento da subcultura dos cinéfilos e o surgimento do conceito do *blockbuster* radicalizam a divisão da crítica de cinema em duas correntes, uma associada à visão do cinema como arte (a crítica artística) e outra ao cinema-entretenimento, que chamo de crítica ligeira (Haberski Jr.). Esse panorama fragmentado impulsiona a crítica rumo a um lugar secundário nos cadernos culturais dos jornais, nos anos 70.

A emergência da cultura *pop* (Prysthon), e do jovem como categoria primária de consumidor (Hebdige, Calligaris) marca, nos anos

80, a percepção dos primeiros sinais de crise da crítica no Brasil. A padronização gráfica e editorial dos jornais brasileiros, todos seguindo o rumo ditado pela *Folha de São Paulo*, contribui decisivamente para a homogeneização das narrativas da crítica. Essa época, em que se consolida um modelo simplificado de crítica que denomino crítica-ícone, é estudada detalhadamente no terceiro capítulo.

No quarto capítulo, o estágio contemporâneo da crítica passa a ser discutido a partir das peculiaridades da internet: a compressão espaço-temporal (Harvey), os diferentes usos da WWW pelos *mass media* e pelos internautas (Dizard Jr., Lévy, Baudrillard), o surgimento do cibercinéfilo e da cibercrítica. A WWW cria um espaço discursivo para a crítica de cinema (Maingueneau) e, contraditória, tanto explica a padronização das narrativas como oferece a base técnica para a constituição de nova esfera pública, ao abolir a dicotomia clássica emissor (*mass media*)/receptor (público) de mensagens e instituir um meio de comunicação onde todos podem ser, potencialmente, emissores de informação.

Em cada capítulo, uma seção específica aplica, ao panorama da crítica do Recife de cada época, o raciocínio desenvolvido a partir da leitura histórica do entrelaçamento entre crítica, jornalismo e cinema. Para essas seções, foram fundamentais os estudos realizados por Luciana Araújo, Diana Moura Barbosa, Luiz Herrisson, Celso Marconi e Alexandre Figueirôa. Embora a crítica de cinema do Recife tenha sido pouco documentada (e menos ainda estudada), esses pesquisadores e críticos foram fundamentais para descortinar as maneiras como a lógica cultural da pós-modernidade – o fio condutor das modificações nos três vértices da pesquisa – foi abrindo caminho na capital pernambucana; às vezes com atraso, outras vezes adiantada, mas sempre marcando presença e garantindo o cosmopolitismo (para o mal e para o bem) tão ardentemente desejado por uma parcela generosa da intelectualidade local.

À medida que o trabalho foi assumindo um olhar contemporâneo, porém, os textos sobre a crítica do Recife foram ficando mais raros. Para recompor a trajetória da atividade entre os anos 80 e o período atual, foi

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

usada uma metodologia diferente: entrevistas com os críticos que exercem ou exerceram a atividade e uma boa dose de memória. Esse tipo de trabalho, sem o rigor extremo da pesquisa historiográfica clássica, foi possível porque o resgate da atividade da crítica local, embora importante, nunca foi o eixo principal da dissertação; a análise das causas e conseqüências dos movimentos históricos da atividade sempre se mostrou a faceta fundamental do trabalho.

Por fim, uma última observação. A realização desta pesquisa apresentou, como maior problema, a posição contraditória assumida por mim, pesquisador e pesquisado ao mesmo tempo. Embora tenha sido tentador abandonar a dimensão auto-etnográfica do trabalho (ou seja, cortar minha própria atuação dentro da esfera da crítica recifense), não era difícil perceber que tal atitude poderia deixar uma lacuna por preencher. Por mais que pareça estranho escrever sobre si mesmo, essa decisão se mostrou, no final, inevitável. Afinal, para todos aqueles que lidam com a crítica de cinema, no Recife, falar dos filmes (e dos textos escritos sobre eles) é, também, falar sobre si mesmo. Sempre.

1. Da origem ao auge: anos 1900-60

1.1 O Grande Divisor

Na aurora do século XX, a crítica cultural era essencialmente opinativa. O desenvolvimento da crítica, que nascera cerca de 150 anos antes, nas cortes européias, garantiu-lhe lugar de destaque dentro de outra atividade: o jornalismo. Até certo ponto, é correto afirmar que crítica e jornalismo se interpunham, durante a fase de consolidação da dos periódicos de notícia, que se convencionou chamar de Primeiro Jornalismo e durou de 1789 a 1830 (Marcondes Filho, 2000).

Isso é explicável porque as duas atividades compartilharam a mesma origem: a esfera pública criada pela burguesia emergente. Na Inglaterra, durante o século XVIII, jornais, como o *Tatler* e o *Spectator*, consolidaram-se na esteira do absolutismo político, satirizando-o e enaltecendo as qualidades da classe social nascente. Terry Eagleton (1991) narra o surgimento da crítica literária acadêmica como uma manifestação concreta da existência da esfera pública, um espaço discursivo criado pela burguesia como forma de resistência ao modelo político-social vigente:

“A moderna crítica européia nasceu de uma luta contra o Estado absolutista. Dentro desse regime repressivo, a burguesia européia começa a criar, para si própria, um espaço discursivo específico. (...) Situada entre o Estado e a sociedade civil, essa ‘esfera pública’ burguesa, como Jürgen Habermas a denominou, abrange todo um domínio de instituições sociais – clubes, jornais, cafés, periódicos – nos quais os indivíduos se reúnem para o livre e equitativo intercâmbio de um discurso racional, consolidando-se, assim, em um corpo relativamente coeso, cujas deliberações podem assumir a forma de uma poderosa força política”. (Eagleton, 1991: 3).

Fica claro que crítica cultural e jornalismo estão situados dentro da esfera pública, uma dimensão fora dos domínios do Estado, longe da

Igreja e da família, que permite o livre debate de idéias¹. Não é coincidência que o jornalismo desenvolvido no período tenha sido eminentemente questionador. Os jornais da época eram escritos por políticos, cientistas e intelectuais, que se reuniam com comerciantes, fazendeiros e artistas, nos mais de três mil cafés londrinos da época.

A moderna crítica cultural (inicialmente literária), que nasceu desse debate, ocupou todo o espaço redacional dos jornais. Isso só mudou com o início da fase de industrialização da sociedade, no século XIX, quando apareceram os primeiros sinais de crise na relação entre crítica e jornalismo. Essa é a época em que floresce o Segundo Jornalismo (1830-1900): jornais assumem um formato gráfico parecido com o que têm na atualidade. Ganham primeira página, manchetes e editorias.

A fase do Segundo Jornalismo corresponde ao momento histórico em que a esfera pública burguesa começa a dar sinais de desgaste (Eagleton, 1991: 26). Eagleton vê no desenvolvimento do capitalismo um fator essencial para a gradual desagregação do espaço discursivo de debates. Isso ocorre, segundo ele, através da transferência de muitas funções da família para o Estado, entre elas a educação e a política social. Aos poucos, a mediação entre o individual e o coletivo – a esfera pública – vai ficando mais rarefeita. Ao progressivo desaparecimento da esfera pública, Eagleton contrapõe uma crise natural do exercício da crítica. É dentro desse contexto que surgem os gêneros jornalísticos modernos: reportagem, entrevista, perfis. A circulação dos maiores periódicos aumenta de 35 mil para 200 mil exemplares/dia.

“A grande mudança que se realiza nesse tipo de atividade noticiosa é a inversão da importância e da preocupação quanto ao caráter de sua mercadoria, seu *valor de troca* – a venda de espaços publicitários para assegurar a sustentação e a sobrevivência econômica – passa a ser prioritário em relação ao seu *valor de uso*, a parte puramente redacional-noticiosa dos jornais.” (Marcondes Filho, 2000: 13-14).

¹ O conceito de esfera pública é desenvolvido por Jürgen Habermas, no livro *A Transformação Estrutural da Esfera Pública* (1962).

Abandonando gradualmente a função original de resistência cultural, a crítica perde espaço nos jornais. A partir de 1870, contando com a ajuda dos avanços tecnológicos (rotativas, telefone, composição mecânica), o 'jornalismo de informação' começa a se tornar hegemônico. Com o poder nas mãos da burguesia, a função contestatória dos jornais começa a se esvaziar. O jornalismo transforma-se em indústria, e nesse panorama a crítica cultural perde importância: "A reportagem, a enquete, a entrevista substituem a crônica". (Feyel, 1993: 967).

O papel exercido pela indústria cultural é essencial nessa cisão. O jornalismo, no século XX, ajusta-se a padrões de consumo estabelecidos pela indústria cultural. Ganha um público maior e mais heterogêneo. Agradar ao leitor (para manter o objetivo final, o lucro) torna-se mais importante do que manter um espírito crítico independente. Com base nessas constatações, Terry Eagleton defende a tese de que a crítica contemporânea não possui relevância social. Ele vislumbra uma cisão da crítica em duas esferas distintas: "[A crítica] ou faz parte do ramo de relações públicas da indústria, ou é uma questão inteiramente interna às academias". (Eagleton, 1991: 3). Para Eagleton, a primeira categoria da crítica contemporânea, exercida dentro dos *mass media*, está incorporada às necessidades da indústria cultural.

O segundo caminho percorrido pela crítica no século XX dialoga com o primeiro, mas permanece sem contato com o leitor médio. Trata-se da vertente acadêmica, mais profunda, que tenta conservar o espírito de resistência da atividade. Essa categoria da crítica floresce no ambiente das universidades. No Brasil, segundo Flora Süssekind, a crítica acadêmica surge na década de 1930, a partir das primeiras gerações de formandos de Filosofia e Ciências Sociais. Ela chega a alcançar algum espaço nos jornais, entre as décadas de 50 e 60, através de suplementos culturais, cujo exemplo clássico é o *Suplemento Literário*, de *O Estado de São Paulo*. Progressivamente, porém, esse tipo de crítica sofre um "confinamento ao *campus* universitário" (Süssekind, 1993: 27).

Essa corrente é minoritária. O estudo dessa modalidade da crítica

cultural escapa do foco deste trabalho; o que se quer analisar aqui é o espaço midiático ocupado pela atividade, a crítica nos jornais. Dentro do jornalismo industrial, a crítica é submetida a uma série de interferências que modificam sua estrutura, no sentido de ajustar-se aos parâmetros estabelecidos pela emergente indústria cultural.

“(...) a indústria cultural contemporânea surge como uma grosseira caricatura da esfera pública clássica, lançando mão da experiência pessoal concreta, rearticulando-a em suas próprias formas discursivas e devolvendo essa mensagem a seus consumidores em condições que as aprisionam ainda mais profundamente num mundo privado.” (Eagleton, 1991: 114).

O conceito de indústria cultural é fundamental para discutir o papel da crítica, especialmente pelo segmento que vai se ocupar da atividade cinematográfica. Tanto o jornalismo quanto o cinema, afinal, fazem parte do grande caldeirão que é a cultura de massa. O termo ‘indústria cultural’ perfila-se na dianteira de qualquer debate que discuta a cultura contemporânea. Acima de todas as discussões, encontra-se a mais fundamental: cultura de massa é arte ou não?

O conceito de indústria cultural, antes mesmo que os filmes atinjam esse reconhecimento artístico, permite articular uma interseção entre crítica cultural, cinema e jornalismo. Os jornais formam, afinal, o espaço midiático em que a crítica de cinema vai se desenvolver melhor, ainda que de modo problemático, se debatendo entre dois detratores: o modernista tardio, que insiste em posicionar a cultura de massa fora da esfera artística, negando valor cultural ao cinema, e o artífice do ‘jornalismo de informação’, que empurra a crítica para uma posição cada vez mais secundária dentro do espaço dos jornais.

Jornais, cinema e crítica são três objetos diferentes, mas que dividem um espaço em comum. Para realizar uma leitura crítica dessa interseção, porém, é preciso levar em conta o embate entre os conceitos de cultura de massa e de alta cultura. Na dissolução das fronteiras entre essas duas esferas culturais está a tecnologia, que por sua vez oferece a base material da indústria cultural.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

A interferência da indústria cultural na produção das obras de arte vai tomar forma num dos debates mais ruidosos do século XX. Quando se fala de indústria cultural, automaticamente se está falando de *mass media*, que priorizam o lucro à qualidade cultural dos produtos que geram. Por isso, a indústria cultural sofre, desde o princípio, uma forte reação dos teóricos e artistas ligados ao alto modernismo.

“Desde a metade do século XIX, a cultura da modernidade tem-se caracterizado por uma volátil relação entre a alta arte europeia e a cultura de massa. (...) O modernismo se constituiu através de uma estratégia consciente de exclusão, uma ansiedade contra a contaminação por seu ‘outro’: uma cultura de massa cada vez mais consumista e envolvente”. (Huysen, 1997: 7).

A tensão a que o autor se refere, entre a cultura de massa e a alta cultura, existe no século XIX. Huysen a batiza de Grande Divisor (*Great Divide*, no original). Trata-se da barreira erguida pelo cânone modernista contra a influência da cultura de massa na obra de arte. Para Huysen, o teórico mais importante a defender essa barreira é Theodor Adorno, através das críticas contundentes à indústria cultural e das teorias da música e da literatura que o filósofo desenvolveu, nos anos 1930.

Esse vínculo entre Adorno e o Grande Divisor fica evidente quando se observa a insistência com que ele procurou separar, em esferas distintas, a obra de arte e a mercadoria cultural. Para Adorno, o vácuo entre a arte erudita e uma expressão mais leve, capaz de suprir o desejo de entretenimento das parcelas menos esclarecidas da sociedade, já existia muito antes da gênese da indústria cultural. Era a cultura popular.

Pelo menos desde o início da modernização da sociedade, segundo ele, existem modalidades culturais capazes de atender a essa demanda por diversão. Ocorre que essa cultura popular constituía ocupava um espaço diferente da esfera artística. A cultura popular não cabia dentro da noção de arte; quando muito, era considerada uma “arte leve”, inferior. Na era industrial, contudo, essa cultura do entretenimento começa a enfrentar mudanças. Ela perde o caráter espontâneo e passa a ser produzida com fins de manipulação ideológica; ou, no mínimo, com

objetivos comerciais, antes de artísticos. Adorno vê esse fato com pesar.

“A indústria cultural é a integração deliberada, a partir do alto, de seus consumidores. Ela força a união dos domínios, separados há milênios, da arte superior e da arte inferior.”(Adorno in Cohn [org.], 1962: 287).

O cinema, por simbolizar o surgimento e a expansão da cultura de massa na sociedade ocidental, encarna perfeitamente a tensão do Grande Divisor. A reação negativa à produção de filmes encontra eco inclusive no Brasil. Um dos primeiros comentários irônicos relativos ao aparecimento do cinema aconteceu em 1904, na revista *Kosmos*, quando o poeta Olavo Bilac publicou um artigo, em tom de lamento, preconizando o cinema como meio de educação². “O livro está morrendo. O livro do futuro, para ensinar as populações”, diz Bilac, “é o cinema”³.

Nessa mesma época, os jornais efetuam a transição de atividade crítica para econômica (somente a partir da década de 60, com a criação dos cursos de Jornalismo nas universidades, começa a se estudar a fundo as implicações culturais dessa transformação). A mudança na esfera jornalística, claro, repercute intensamente dentro da crítica, jogando-a para uma posição secundária diante do ‘jornalismo de informação’.

Embora utilizado como barricada ideológica pelos modernistas, o Grande Divisor parece perder o fôlego aos poucos, na segunda metade do século XX. A barreira de Huysen pode ser identificada como característica de um período de transição, marcado pela progressiva dissolução do cânone modernista, através da influência crescente da indústria cultural. Se o Grande Divisor, contudo, está associado de forma indelével ao modernismo, essa tensão entre alta cultura e cultura de massa não desaparece. Ao contrário: torna-se um elemento fundamental para a compreensão das mudanças estruturais que a esfera da cultura experimenta, no século XX.

De fato, a crença numa separação entre dois tipos de cultura, um inferior e outro superior, permanece viva e se manifesta nos mais

² Disponível em www.contracampo.he.com.br/24/cronologia.htm.

³ Bilac *apud* Gardnier e Tosi (2002).

diversos fóruns sociais, das mais diferentes formas. Essa dicotomia *highbrow/lowbrow* ora esmaece, ora ressurge com força, mas nunca some completamente. A trajetória do cinema no século XX reflete essa constatação, apresentando uma tensão latente, reciclada continuamente, entre alta e baixa cultura. Vamos chamar essa tensão de Pequeno Divisor. Aliás, tendo em vista essa característica mutante da tensão *highbrow/lowbrow*, seria mais adequado chamá-la de Pequenos Divisores, uma vez que ela assume características diferentes a cada ressurgimento. Como veremos no decorrer do trabalho, os Pequenos Divisores aparecem, somem e reaparecem a todo instante, durante o século XX.

Cinema, crítica jornalística e demais formas de expressão cultural de massa (televisão, rock, literatura *pop* etc) demoram a ser referendados nas universidades. A academia é um dos espaços onde diferentes formas de Pequenos Divisores ganham dimensão ativa. Embora não apareçam antes da década de 50, os acadêmicos dispostos a estudar a cultura de massa materializam a dissolução das fronteiras entre alta e baixa cultura, percebida inicialmente na sensível modificação das práticas de consumo cultural. A dissolução dessas fronteiras, contudo, até hoje não foi assimilada pela sociedade. Ecos dos Pequenos Divisores vão aparecer continuamente, aqui e acolá, como veremos a seguir.

Para os acadêmicos que insistem na necessidade da morte do Grande e do Pequeno Divisor (ou seja, no completo desaparecimento entre as fronteiras de alta e baixa cultura), a própria noção de arte precisa ser revista. A teoria estética de Richard Shusterman, por exemplo, defende a necessidade de reestruturação do conceito de arte. Shusterman é fundamental porque contrapõe sua teoria diretamente aos escritos de Adorno, que considera elitistas. Para Shusterman, manter a cultura de massa forçosamente fora da categoria de arte não passa de uma estratégia das elites para forçar uma posição de superioridade intelectual diante das massas. Se Adorno é o teórico por excelência do Grande Divisor, pode-se afirmar que Shusterman representa um papel igualmente fundamental para a compreensão da idéia dos Pequenos

Divisores (muito embora Shusterman, ao contrário de Adorno, defenda o fim da dicotomia *highbrow/lowbrow*):

“Seria agradável imaginar que a crítica de arte e a teoria estética pudessem oferecer instrumentos necessários para acabar com a dominação exclusiva das artes maiores e transformar nossa concepção de arte. (...) As artes populares da cultura de mídia (cinema, comédias e novelas de televisão, música *pop*, vídeos etc.) são apreciadas por todas as classes de nossa sociedade; reconhecer sua legitimidade estética enquanto produtos culturais ajudaria a reduzir a identificação opressiva da arte e do gosto estético com a elite sociocultural das artes maiores.” (Shusterman, 1998: 66).

Embora não faça distinção entre cultura popular e cultura de massa – um ponto que Adorno sempre ressaltou –, Shusterman observa dois detalhes a respeito dos Pequenos Divisores. O primeiro tem uma dimensão moral: para Shusterman, a insistência em recusar o valor artístico do artefato de massa faz com que a crítica mantenha a arte numa esfera distante, alienada da vida cotidiana. O segundo problema, levantado especialmente pela idéia do Grande Divisor, reside, na opinião de Shusterman, numa mudança dos padrões estéticos contemporâneos, que pode ser percebida inclusive na atitude dos intelectuais que insistem em barrar a entrada da cultura de massa na esfera da arte. Eles entram em contradição quando criticam a música *pop* (que, para eles, não é arte), mas assistem aos telejornais (para se informar) e vão ao cinema (para se divertir). De forma geral, esses teóricos recusam a cultura popular, mas a consomem, às vezes sem perceber.

“Condená-la [a cultura de massa] por convir apenas ao gosto grosseiro e ao espírito rude das massas ignorantes e manipuladas equivale a nos colocar não só contra o resto de nossa comunicada, mas também nós mesmos. Somos levados a desprezar as coisas que nos dão prazer e a sentir vergonha desse prazer.” (Shusterman, 1998: 66).

O cinema é talvez o primeiro dos *mass media* a ser reconhecido como passível de produzir manifestações artísticas. Isso, porém, não

acontece naturalmente. É preciso muita polêmica – e algumas décadas – para que aconteça. O aparecimento das teorias do cinema interfere favoravelmente ao filme. Fundamental no processo de reconhecimento dos méritos artísticos do cinema é o surgimento e a consolidação da crítica cinematográfica. Inclusive porque grande parte das reflexões que contribuem para elaborar as teorias do cinema vem dos críticos.

A crítica de cinema exerce um papel importante nos primeiros anos de existência da atividade cinematográfica. Os críticos pioneiros estão contaminados por uma “febre democrática”, pelo fascínio exercido pelo novo meio de comunicação (Haberski Jr., 2001). Eles pressentem que o cinema, por ter base tecnológica e lidar de forma dinâmica com o crescente estreitamento das barreiras de tempo e espaço (um ponto que vamos explorar detalhadamente no capítulo 4), começa a configurar uma mudança na relação entre arte e cultura de massa.

De fato, a indústria cultural atua no sentido de alimentar a ilusão de que o público passa a ter maior oportunidade de acesso à arte. Os trabalhadores, através do cinema, já poderiam aspirar aos saberes da burguesia. Para compreender essa ilusão democrática, é preciso entender o contexto do surgimento dos primeiros circuitos de exibição de filmes:

“Na França o público pertencia a todas as classes, mas nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha restringiu-se durante algum tempo aos trabalhadores. (...) Já na sua primeira década de exibição, porém, o cinema se mudava para salas de projeção, de frente para a rua, a princípio espalhadas pelos bairros pobres dos Estados Unidos.” (Turner, 1988: 36).

O fato de a produção de filmes nessa época ser orientada para exibições em bairros pobres, em locais freqüentados por trabalhadores e operários, também serve para explicar porque os filmes sequer aspiravam ao *status* de obras de arte. Nos tempos do modernismo, a fruição da arte não ocorria fora dos domínios da burguesia. Por isso os textos sobre cinema, nos primeiros anos, eram mais informativos do que analíticos.

1.2 Arte ou entretenimento?

O cinema exerce grande importância no fortalecimento da cultura de massa. Por ser uma forma artística nova, criada a partir da mesma onda de avanço tecnológico que industrializou os jornais, o cinema ergue-se no horizonte como uma forma cultural de massa por excelência. Nos primeiros anos das projeções cinematográficas, a reação de resistência do alto modernismo contra o cinema vai ser levantada pelos próprios cronistas de cinema. Eles são, em geral, intelectuais e estudantes de Filosofia, Psicologia ou Ciências Sociais, e exercem a atividade de forma intuitiva. Os primeiros textos sobre cinema aparecem nos jornais quase ao mesmo tempo em que as primeiras sessões pagas, nos últimos anos do século XIX.

Esse protocrítico sente-se perdido. Em geral é um modernista, e como tal defende o Grande Divisor, mas demonstra grande fascínio pelo novo meio de comunicação. A própria expressão 'cronista', utilizada na época e bem diferente de 'crítico', diz muito em relação à atividade, mais descritiva e menos analítica para os padrões atuais. Isso só vem a mudar, a rigor, com o aparecimento de críticos como Vachel Lindsay e Hugo Münsterberg, nomes da primeira geração da crítica cinematográfica dos Estados Unidos, entre 1910 e 1920. Para ambos, o rápido avanço das técnicas narrativas do cinema davam a pista para uma bidimensionalidade do filme. O cinema podia ser tanto artefato de massa quanto objeto de arte.

"Filmes tornavam-se a arte que críticos sérios menosprezavam, apenas para ver a popularidade do cinema desafiar o significado de cultura. Por isso, os críticos aqui descritos apressaram-se a classificar os filmes como parte da cultura do *mainstream*, uma mídia que era tanto uma indústria quanto uma expressão cultural." (Haberski Jr., 2001: 11).

No Brasil, a primeira exibição de cinema ocorreu no dia 8 de julho de 1896, no Rio de Janeiro. Em julho do ano seguinte, o crítico teatral Arthur Azevedo já publicava, no jornal *O Paiz*, os primeiros comentários

sobre filmes, então exibidos regularmente em teatros da cidade. Azevedo é considerado o primeiro crítico de cinema do Brasil (Gardnier e Tosi, 2002). Mas, na verdade, a crônica do novo meio de comunicação de massa, tanto no Brasil quanto no resto do mundo, reflete a indecisão diante do futuro incerto do cinema. Os textos sobre cinema do período são informativos, quase publicitários. Não existia, efetivamente, uma análise crítica. Eram crônicas.

Nesse primeiro momento, filmes não são considerados obras de arte; não passam de um artefato cultural capaz oferecer às massas um primeiro contato com a arte. Oferecem, portanto, uma ponte entre alta e baixa cultura. Teriam caráter mais educacional do que artístico, podendo educar as massas para apreciar formas artísticas de excelência.

“O que muitos críticos consideravam promissor nos filmes era o alcance que eles tinham. Milhões de pessoas que raramente iam a peças, óperas, concertos ou museus de arte iam aos cinemas. O filme poderia servir para refinar o gosto popular. Poderia ser usado para espalhar um padrão de verdade e beleza mais efetivamente que qualquer outra experiência cultural. A questão era se os filmes serviriam como um elevador, levantando o nível do gosto artístico no país, ou como uma arma de guerra, reduzindo todo o gosto a um único nível.” (Haberski Jr., 2000: 16).

Este debate ganha força real a partir de 1915, segundo Graeme Turner (1988), com dois acontecimentos. Primeiro, o cineasta D.W. Griffith lança *O Nascimento de Uma Nação* (The Birth of a Nation), grande produção que, pela escala épica e pela ambição, passa a ser considerada a pioneira obra a possuir nítidas aspirações artísticas. O que se segue, meses depois, é o lançamento do livro do poeta vanguardista Vachel Lindsay, chamado *The Art of the Moving Picture*, escrito a partir do debate nascido com o filme de Griffith. Lindsay reivindica para o cinema o *status* de arte, cunhando a expressão ‘Sétima Arte’. Ele avisa que o objetivo da publicação é convencer museus e universidades de que “a arte do cinema é alta arte, não um processo de manufatura comercial” (Lindsay apud Haberski Jr., 2000: 24).

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Contudo, dentro do próprio ambiente da crítica há reações inflamadas contra o *status* de arte a que o cinema poderia aspirar. Este debate está espelhado nos textos dos críticos da época. Às indagações de um leitor mais exigente, que cobra da crítica uma dimensão mais reflexiva, Hugh Münsterberg responde, em 1916, com uma pergunta:

“Como podemos ensinar o espírito da verdadeira arte através de uma mídia que é o oposto de arte? Como podemos divulgar a idéia de harmonia através de algo que é, em si mesmo, uma paródia da arte?”. (Münsterberg *apud* Haberski Jr., 2001: 10-11).

Não havia ironia nessas palavras de Münsterberg, respeitado tanto quanto filósofo como quanto psicólogo. De fato, boa parte dos estudiosos de cinema contemporâneos considera a teoria estética de Münsterberg como a primeira a alcançar um nível de profundidade capaz de alçar o cinema à categoria de arte. Münsterberg define o cinema como a arte da mente, “tanto quanto a pintura é a arte do olho e a música é a arte do ouvido” (Andrew, 1976: 29). Para ele, o filme – uma sucessão de imagens paradas – é o resultado de um complexo mecanismo mental de imaginação e condicionamento. O mais importante, porém, é que Münsterberg não hesita em classificar o cinema como arte.

De alguma forma, os primeiros críticos já antecipam um debate – a validade artística do cinema – que ganharia um defensor no coração da Escola de Frankfurt, o berço do Grande Divisor. Walter Benjamin é um dos teóricos modernistas que mais se esforçam para compreender, sem condenar, o novo contexto trazido à arte pela cultura de massa. Ele identifica uma decadência do valor de culto da obra de arte. Devido à industrialização e ao avanço das técnicas de reprodução, agora é possível copiar uma obra sem perda de qualidade. O meio de comunicação onde este suposto desaparecimento da ‘aura’ fica mais nítido é justamente o cinema. Um filme pode ser projetado em milhares de salas ao mesmo tempo. Essa extinção da ‘aura’ da obra de arte acontece devido à tecnologia, e portanto surge pelas mãos da indústria cultural.

“Poder-se-ia dizer, de modo geral, que as técnicas de reprodução destacam o objeto reproduzido do domínio da tradição.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Multiplicando-se os exemplares, elas substituem por um fenômeno de massa um evento que não se produziu senão uma vez. Permitindo ao objeto reproduzido oferecer-se à visão ou à audição em qualquer circunstância, elas lhe conferem uma atualidade.” (Benjamin in Costa Lima [org.], 1968: 226).

Para Benjamin, cinema é arte. Ele identifica uma nova prática da fruição artística que vai se mostrar fundamental para a compreensão dos mecanismos através dos quais a indústria cultural, como uma aranha à caça de uma presa, enreda o público numa teia indissolúvel. O cinema, como a televisão e o rádio, agrega à obra de arte a noção de entretenimento. Ao perceber a importância da tecnologia diante da transformação estrutural que a esfera da cultura já começa a apresentar no panorama social do ocidente, Benjamin lança idéias que teorias do pós-modernismo vão amplificar, muitos anos mais tarde.

Há de se verificar, aqui, a importância da crítica para que os filmes possam brigar por um lugar no panteão da arte. A atividade dos críticos parece ter o papel de agregar uma dimensão complementar ao cinema. A crítica permite que o filme venha a se encaixar num conceito de obra de arte calcado na idéia da reflexão interior. Sem a crítica, o filme não pode ser arte. Com ela, já se acredita que sim.

A crítica de cinema desenvolvida nas primeiras décadas do século XX ainda não está fundamentada numa teoria do que se começa a chamar, a partir de 1915, de 'Sétima Arte'. Apenas no início da década seguinte surgem publicações destinadas aos amantes do novo meio de comunicação – pessoas identificadas pelo termo 'cinéfilo', escrito pela primeira vez nos textos de Riccioto Canudo (Aumont, 1995: 10).

Nessas publicações especializadas está estampada outra polêmica, envolvendo as abordagens estéticas que devem ser utilizadas para a crítica do filme. Boa parte dos críticos reage desfavoravelmente ao uso de teorias oriundas de outras disciplinas – como a literatura, a lingüística e a psicanálise – para servir de base teórica a ensaios de análise fílmica.

“A ilegitimidade cultural do cinema provoca, no próprio centro das atitudes teóricas, um exagero de chauvinismo, que postula que a

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

teoria do filme só pode provir do próprio filme, as teorias externas só poderiam esclarecer aspectos secundários do cinema. Essa valorização particular de uma especificidade cinematográfica continua pesando muito nas atitudes teóricas: contribui para prolongar o isolamento dos estudos cinematográficos e por aí mesmo impede sua evolução.” (Aumont, 1995: 15).

A polêmica em relação às teorias apressa as tentativas de criação da análise fílmica pura. Na década de 20, surge uma das mais importantes teorias, escrita por Sergei Eisenstein. Representante da escola formalista, Eisenstein dá imenso valor à montagem. Ele defende a idéia de que a produção do significado do filme se realiza quando o espectador opera uma comparação entre duas tomadas justapostas.

“Eisenstein acreditava tão profundamente na estética dirigida e na força ideológica da montagem que chegou a ver na literatura e nas artes, antes dos filmes, o desenvolvimento potencial da montagem. A montagem era um acontecimento estético esperando para ser politizado com a invenção do cinema.” (Kolker in Hill e Church Gibson [org.], 1998: 15).

A teoria da montagem de Eisenstein garantiu ao formalismo a primazia de escola mais importante da teoria cinematográfica, durante anos. O realismo só conseguiria produzir uma teoria de igual importância já na década de 40: os escritos de André Bazin. O francês se opunha à idéia da montagem como ato maior da forma do cinema; dizia que a força do filme estava nos planos.

“Para Bazin, a edição era a destruição da forma cinematográfica, de fato a destruição da essência do cinema. Para ele, era o plano, o olhar não-editado da câmera antes de ser captado pelas lentes, que constituía o centro da estética do cinema.” (Kolker in Hill e Church Gibson [org.], 1998: 15).

As duas teorias exemplificam as grandes polêmicas que marcam o desenvolvimento da crítica de cinema. As saudáveis discussões públicas entre críticos, como Andrew Sarris e Pauline Kael (nos Estados Unidos, na década de 60), ajuda a agregar – e, contraditoriamente, também a dissolver – uma autoridade cultural à crítica de cinema.

O reconhecimento do cinema como meio capaz de produzir arte representa um abalo na “estratégia consciente de exclusão” do modernismo, nas palavras de Huyssen (1997), em relação à cultura de massa. O cinema já consegue configurar-se como arte, ainda que precise ser acrescido da dimensão reflexiva fornecida pela crítica. Mas desaparecimento progressivo dos limites entre arte e cultura de massa, nas décadas seguintes, vai desembocar num abalo da esfera cultural. Nesse momento, segundo Fredric Jameson (1991), o capitalismo entra num terceiro estágio: a globalização, sobre a qual se ergue a idéia do pós-modernismo enquanto dominante cultural.

“É preciso insistir na diferença radical entre uma visão do pós-modernismo como um estilo (opcional) entre muitos outros disponíveis e uma visão que procura apreendê-lo como a dominante cultural da lógica do capitalismo tardio.” (Jameson, 1991: 72).

A partir desse momento, o capital a tudo domina. O mercado rege um firme processo de dissolução das fronteiras nacionais. Não importa em que país, as pessoas assistem aos mesmos filmes. A homogeneidade cultural é um traço da contemporaneidade, que se reflete também na crítica. Mais importante é que essa homogeneidade pressupõe a falta de debate, pois a maior parte do público é passiva. Se não há debate, não há esfera pública. Sem esfera pública, conforme diz Eagleton (1991), a crítica perde a função original.

É preciso ressaltar a ação da indústria cultural dentro desse sistema. Um dos argumentos mais fortes dos defensores do Grande Divisor dizia que um filme não seria uma obra de arte porque esta exigiria recolhimento interior. Diante de uma pintura, o espectador pode ficar três segundos ou três horas; a obra de arte possui, assim, uma dimensão de tempo particular. Este conceito é algo de que o cinema carece, pois ele exige que o espectador acompanhe o ‘tempo’ do filme.

Os mecanismos de reprodução tecnológicos aniquilam possibilidade de ‘tempo interior’. Cinema, televisão e rádio exigem atenção do espectador. Desde o advento da montagem, a ação mostrada na tela

ganhou ainda mais velocidade; a atenção vai ser mais exigida. Não há espaço mental para que haja reflexão do espectador enquanto o filme está sendo exibido; a análise do que se está vendo só pode ser realizada depois da sessão, como afirma Heitor Capuzzo:

“Minha primeira atitude diante de um filme é de espectador. A postura crítica só ocorre após o acender das luzes.” (Capuzzo, 1986: 61).

O cinema, pois, não oferece espaço à reflexão. Não é possível interromper a projeção do filme para pensar sobre as imagens vistas. A ‘realidade’ vista na tela é veloz, exige um espírito de imersão do espectador, um esforço maior do que aquele que é exigido na fruição de outras obras de arte, como a pintura ou a literatura, onde o público pode impor seu próprio tempo à leitura do objeto.

Neste contexto, o crescimento e a evolução da crítica de cinema ganha significação ainda maior. Para permitir ao público a possibilidade de refletir sobre o filme, o cinema recorre à figura do crítico. O exercício (ou a leitura) da crítica é que agrega ao filme a dimensão reflexiva. Assim, é a figura simbólica do crítico que legitima o cinema como arte. À medida que vai ganhando novos parâmetros e critérios para efetuar análises mais profundas, o crítico começa a se transformar num elemento perigoso ao avanço da indústria cultural, ao impulso pelo consumo.

Uma das reações ao Grande Divisor, nos anos do pós-guerra, surge a partir da crítica de cinema que se pratica nos jornais e revistas. Três periódicos especializados ajudam a amplificar o debate sobre os filmes como uma nova arte: *Sight & Sound* (Inglaterra) , *A Hollywood Quarterly* (EUA) e *Cahiers du Cinéma* (França).

“As três revistas prosperaram no pós-guerra e anunciaram a emergência de espectadores que encaravam o cinema de modo sério. Os espectadores esperavam da crítica mais do que sinopses ou breves declarações do tipo ‘gosto’ ou ‘não gosto’. As revistas também exercem um papel importante, ao lançar um movimento que exige a consideração da cultura de massa como algo mais do que o opositor artístico da alta cultura.” (Haberski Jr., 2001: 103).

1.3 Primeiros cismas

Se esse entusiasmo pelo cinema criava uma demanda pela crítica, também trazia um problema. As diferenças entre os enfoques críticos adotados pelas três revistas especializadas vislumbram um cisma que divide o cinema (e todos os discursos ligados a ele, como as teorias e a crítica jornalística) em dois territórios distintos. Já era possível ver uma bifurcação na ideologia da produção cinematográfica da época: alguns cineastas faziam filmes para divertir, e outros faziam filmes para refletir.

Os primeiros sinais dessa divisão podem ser encontrados na produção dos dois países centrais da indústria do cinema. A diferenciação entre filmes franceses e norte-americanos ajuda a compreender a distância crescente que a produção cinematográfica tomava nos dois pólos de produção. De maneira geral, é possível dizer que os primeiros filmes feitos na Europa buscavam um ideal mais artístico (o cinema de arte); as obras norte-americanas tomam uma direção mais afeita à noção do entretenimento, um termo caro a Hollywood (o *blockbuster*).

O distanciamento estético entre as produções cinematográficas dos EUA e da Europa vai aumentar durante todo o século XX. Essa bifurcação vai se refletir nas narrativas produzidas pela crítica. A divisão do cinema em dois blocos ideológicos gera duas categorias da crítica: uma pode ser chamada de crítica ligeira⁴, e a outra de crítica artística.

Como característica principal da primeira categoria, podemos apontar a importância da recepção do filme pelo público nos textos críticos: estatísticas, estratégias de *marketing*, bilheterias, orçamentos; os aspectos econômico e industrial da atividade cinematográfica são levados em consideração nos textos dessa vertente.

De outro lado, a corrente da crítica artística busca, nas disciplinas acadêmicas, parâmetros para exercer a análise fílmica (as Ciências Sociais, na Inglaterra; a Psicanálise e a Estética, na França). O debate em

⁴ O conceito de *crítica ligeira* foi desenvolvido em 1986, por Antonio Barone, referindo-se à crítica resumida em símbolos gráficos como estrelas e termômetros, à maneira dos conceitos escolares; aqui, o termo vai ser usado para nomear um modelo de crítica mais funcionalista e superficial.

terras francesas inclusive desemboca na 'teoria do autor', nos anos 50. É possível inclusive estabelecer elos entre essa corrente e a própria crítica acadêmica, que continua paralelamente seu caminho, longe das páginas dos jornais (Andrew Sarris fazia as duas coisas simultaneamente, na década de 60: era professor de Cinema na Universidade de Nova York e editava uma versão em inglês da revista *Cahiers du Cinéma*).

A oposição entre as duas correntes vai ser, como veremos, aprofundada progressivamente, à medida que a industrialização do jornalismo avança. A tensão existe desde sempre, mas se agrava com o tempo. Se nos primeiros tempos existe um saudável debate entre as duas formas de fazer crítica, entre os anos 60 e 70 esse debate acaba virando uma briga encarniçada. Sobram apenas acusações de parte a parte, o que contribui decisivamente para enfraquecer o discurso da crítica de cinema como um todo. Haberski Jr. afirma que, entre essas duas décadas, o diálogo entre críticas ligeira e artística vai romper-se.

Crítica ligeira e crítica artística são vertentes polêmicas e, como tal, sempre estimularam, em lugares e momentos distintos do século XX, debates intensos. Essas dicotomias, se por um lado exerceram um papel importante no enriquecimento, no refinamento das narrativas dos críticos, por outro ajudaram a corroer (de dentro para fora, aliás) a credibilidade da crítica. Esse é o caso, por exemplo, da polêmica travada entre os críticos Andrew Sarris e Pauline Kael, nos EUA, durante a década de 60.

Obviamente, intelectuais como Sarris e Kael não cabem em rótulos simplificadores. Mas é interessante observar a diferença entre as duas posturas. No artigo "Lixo, arte e o cinema", Pauline Kael escreve: "Em sua maioria, os filmes de que gostamos não são obras de arte". (Kael, 2000: 131). Ela defende que os elementos cinematográficos responsáveis pelo encantamento da platéia – e dela mesma, pois ela se considera parte indivisível do público – são justamente os não-artísticos, que Kael gostava de chamar, sintomaticamente, de "lixo". Em resumo, Kael defendia o direito de o espectador gostar do "lixo" sem dramas de consciência.

Essa posição de Pauline Kael deve ser vista como fator responsável

pela sedução que ela provocava no público. Kael é o nome mais conhecido da crítica de cinema do século XX. Em parte, ela conseguiu isso devido ao gosto pela polêmica, tanto quanto através da tática de deixar de lado a fronteira entre alta cultura/cultura de massa que caracterizava a crítica mais intelectualizada (Sarris incluso). Esse tipo de comportamento causava simpatia ao público, que a via como uma igual.

Para Sarris, de outro ponto de vista, produzir "lixo" certamente deixava qualquer cineasta fora do panteão dos mais importantes autores do cinema. Em um artigo de 1962, publicado na revista *Film Culture*, ele tentou imaginar uma metáfora de três círculos concêntricos para materializar a 'teoria do autor', elaborada por François Truffaut alguns anos antes (que, em linhas gerais, estabelecia a figura do diretor como sujeito responsável pelo caráter artístico de um filme).

A tentativa de criar uma fórmula para melhor explicar o conteúdo da 'teoria do autor' aos cinéfilos norte-americanos (muitos criticavam a suposta obscuridade, ou mesmo abstração, da teoria) custaria a Sarris uma polêmica intensa. Com o estilo cínico que já lhe fazia famosa, Kael escreveu uma resposta de 14 páginas à 'teoria dos círculos', em 1963, na revista *Film Quarterly*. Ironizando cada frase do colega, ela acusa a superficialidade do esquema sugerido por Sarris: "A grandeza de críticos como [André] Bazin na França e [James] Agee nos EUA pode ter mais a ver com o uso de todo o repertório de inteligência e intuição do que com a aplicação de fórmulas" (Kael *apud* Haberski Jr., 2002: 129).

As rusgas entre as duas correntes da crítica, personificadas na disputa entre Sarris e Kael, não se limitavam aos Estados Unidos. Mesmo em Pernambuco, onde a crítica de cinema seguia o perfil dos primeiros cronistas, amadores e representantes 'importados' de outras disciplinas, como a Filosofia e o Direito, os analistas de filmes já reproduziam, talvez inconscientemente, o debate travado em escala global. Entre 1952 e 1953, dois pioneiros da análise fílmica recifense filiavam-se, sem saber, às correntes majoritárias da crítica. Os perfis de ambos ajustavam-se perfeitamente aos dois cordões.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

“Duarte Neto, outro jovem bacharel, colaborou *no Diário da Noite* e na edição vespertina da *Folha da Manhã*, sempre mantendo seu estilo provocador, às vezes até rabugento, mas sempre com muito espírito, seja para decretar a morte do neo-realismo (que detestava), seja para exaltar o cinema americano (que amava)”. (Araújo, 2002).

Do lado oposto estava o então estudante de Direito José de Souza Alencar, que escrevia críticas no *Jornal do Commercio* (onde assinava com o pseudônimo de Ralph e, posteriormente, Alex, quando tornou-se colunista social) e no *Diário de Pernambuco*:

“Alencar representava o gosto mais europeizado, admirador do neo-realismo, do humanismo no cinema. A ele se contrapunha ostensivamente Duarte Neto”. (Araújo, 2002).

As divergências entre as duas escolas da crítica cinematográfica, na segunda metade do século, vão rachar a atividade, nos jornais contemporâneos, em dois discursos aparentemente inconciliáveis, mas que se interpenetram. Aqueles críticos mais afeitos à crítica ligeira – a maioria – investem em textos de frases mais curtas e adotam um tom humorístico, paródicos, repletos de ironia; são acusados de realizar análises superficiais e por demais mercadológicas.

Os seguidores da crítica artística, por sua vez, tendem a adotar um estilo mais denso, sério. Esses sofrem a acusação de se distanciar demais do leitor médio, tornando as análises incompreensíveis para a maioria dos que compram jornais. Os debates entre críticos e desses com os leitores, progressivamente, vão se tornando mais vazios. A esfera pública se desgasta cada vez mais. Os cismas entre críticos e leitores exercem papel importante na grande crise da crítica, que começa a se insinuar no instante em que o cinema atinge, finalmente, o *status* reconhecido de arte. Essa situação de crise vai ser abordada mais detidamente no próximo capítulo. Antes disso, é preciso verificar com o cinema, os jornais e a crítica se desenvolvem no Recife da primeira metade do século.

1.4 O Recife

Em 1950, o Recife era a terceira maior cidade do Brasil. Tinha 524 mil habitantes, e boa parte de seus intelectuais demonstrava um desejo ardente de cosmopolitismo (Araújo, 1997: 29). Contudo, em parte por causa da programação de má qualidade exibida nas salas da época (a porção majoritária dos filmes exibidos eram mexicanos ou produções de segunda linha de Hollywood), em parte devido à ausência quase completa de atividade cinematográfica na região, o panorama da crítica de cinema na capital pernambucana era desolador. Alguns intelectuais dispunham de espaço nos seis jornais diários da época, mas escreviam de forma esporádica. Eram amadores, não profissionais.

Entre 1952 e 1953, a presença do diretor Alberto Cavalcanti no Recife, para as filmagens do longa-metragem *O Canto do Mar*, é considerada um marco divisório na cronologia da crítica de cinema local. A partir da chegada de Cavalcanti, a atividade começa a se tornar intensa. Surgem cinéfilos, cineclubes e críticos. Um espaço discursivo dedicado ao cinema – uma contra-esfera pública, segundo Eagleton (1991) – ganha vez e voz⁵.

Em verdade, se tratava de um renascimento. Em dois momentos anteriores do século, já existira movimentação intelectual em torno do cinema, um rebuliço que se refletiu nos jornais. O primeiro grande momento do cinema no Recife, a rigor, aconteceu na década de 20.

“O Ciclo do Recife é o mais marcante dos ciclos regionais registrados pelo cinema brasileiro na década de 20. Ele foi resultado de um movimento envolvendo cerca de 30 jovens que, de 1923 a 1931, realizaram nada menos de 13 longas-metragens. Apaixonados pela arte cinematográfica, eles dividam suas atividades profissionais – jornalismo, comércio, serviço público, música, teatro – com a empolgante aventura de realizar filmes.” (Figueirôa, 2000: 11).

⁵ A contra-esfera pública seria um movimento localizado de resistência à dissolução da esfera pública original, realizado por grupos subculturais (Eagleton, 1991).

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

O movimento dá partida à crítica de cinema no Recife. Os raros textos publicados nos jornais da cidade, naquela época, não podem ser considerados críticos, pois apenas descreviam as produções em cartaz. As salas exibidoras de filmes estavam estabelecidas há alguns anos; era o caso do Cine Royal, localizado na rua Nova, no centro da cidade, e fundado em 1909. Em 1923, porém, quando nasceu na capital pernambucana a Aurora Filme, o Royal já estava em decadência, superado tecnicamente por salas mais novas, como o Moderno e o Parque. Mas a sala da rua Nova se tornaria, nos oito anos seguintes, o principal espaço de veiculação da produção do Ciclo do Recife.

O estabelecimento do Royal como a 'tela oficial' dos filmes pernambucanos funciona como marco na consolidação da atividade crítica e ilustra uma característica recorrente na relação dos pernambucanos com o cinema: o caráter periférico da produção local dentro do circuito exibidor. Já em 1923, os filmes produzidos no Recife não encontram bom mercado (algo que continua a acontecer atualmente).

As reações a esse fato vêm em cadeia; uma delas é o relativo amadorismo de todas as atividades relacionadas à Sétima Arte, incluindo o ato de filmar (quase todos os participantes do Ciclo do Recife, como indica Figueirôa, estavam envolvidos com o fazer cinematográfico por altruísmo). Outra consequência da consolidação do cinema como parte da cultura local é a abertura de espaço editorial nos jornais para a crítica, o que só ocorre quando passa a haver produção cinematográfica na cidade.

Antes do Ciclo do Recife, os comentários críticos sobre cinema encontram pouco espaço nos jornais. Quando o Royal abre as portas para a produção local, contudo, o *Diário de Pernambuco* começa a publicar as primeiras críticas. O jornal logo é seguido pelos outros veículos jornalísticos da época, como o *Jornal do Commercio* e *A Província*.

Os críticos, na maioria intelectuais oriundos da burguesia local, trataram de registrar nos jornais o Ciclo do Recife. Entre eles, estavam o advogado Nehemias Gueiros (*Jornal do Commercio*) e o filósofo Evaldo Coutinho. O primeiro escrevia resenhas de filmes e editava uma página

dominical sobre cinema, enquanto o segundo colaborava com ele, a partir de 1920. Na década de 30, porém, o JC foi fechado, durante a ditadura de Getúlio Vargas, o que não impediu Coutinho de escrever, a partir de 1933, críticas para *A Província* (Bandeira, 2000). Na época, não fazia parte da cultura dos jornais locais a assinatura dos textos; por isso, é difícil identificar os autores dos textos críticos escritos na época.

Outro crítico importante estabelecido no Recife era Mário Mendonça, correspondente do Nordeste para a revista *Cinearte*, do Rio de Janeiro. O periódico foi um dos primeiros órgãos da imprensa nacional a tratar o filme como obra de arte, e também se mostrou pioneiro ao dirigir-se a uma categoria que ainda estava em gestação: o cinéfilo.

A *Cinearte* tem papel importante na consolidação da crítica de cinema no Brasil. A revista tinha profunda raiz ideológica, e defendia abertamente a primazia da produção nacional, realizando uma campanha em defesa dos filmes produzidos no Brasil. Aliás, essa temática formava a pauta básica do debate travado pela crítica local: a necessidade de consolidação de um público para o cinema nacional, aliada à condenação da cópia do modelo estético norte-americano (que Figueirôa descreve como “mocinhos e bandidos”) pelos filmes do Ciclo do Recife. O primeiro tópico era assunto freqüente nos artigos que Mendonça escrevia sobre os filmes pernambucanos, sempre elogiosos – um posicionamento coerente com a posição assumida pela *Cinearte* (Gardnier e Tosi, 2000).

“Ele [Mário Mendonça] mantinha relações de amizade com os realizadores da Aurora e costumava escrever críticas elogiosas aos filmes produzidos aqui. Chegou mesmo a colaborar na realização, cedendo filme virgem e produtos químicos necessários às filmagens e revelação.” (Figueirôa, 2000: 15).

A relação entre Mendonça e os realizadores de cinema do Recife demonstra não apenas uma, mas duas características que viriam a ser observadas na atuação dos críticos locais, em gerações vindouras: em primeiro lugar, a atuação em mais de um veículo impresso (Mendonça também escrevia para o *Diário de Pernambuco*; a atividade em mais de um veículo, foi comum também nos críticos dos anos 50).

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Além disso, ele exibia a vontade de não apenas refletir sobre o cinema, mas fazê-lo. Em outros momentos da produção fílmica em Pernambuco (especialmente no Ciclo do Super Oito, nos anos 70), muitos críticos realizaram filmes, ou ao menos trabalharam atrás das câmeras. A existência e a consolidação de uma crítica de cinema em Pernambuco, portanto, está associada desde o início à produção fílmica local:

“Desde os pioneiros, toda a produção de filmes – e todo vácuo de realização igualmente – gerou uma intensa atividade jornalística e acadêmica que não encontra paralelo em outros lugares do Brasil ou de outras nações periféricas (...) Eterno retorno, este também, de ver as imagens dos filmes e de pensar nelas e de escrever sobre elas, incessantemente, como se uma coisa estivesse para sempre ligada à outra. Como se cada imagem devesse corresponder a uma tese ou a uma crítica publicada num jornal que, por sua vez, devessem induzir uma nova imagem, pensada anteriormente num texto. Poucas vezes, acredito, fazer filmes e escrever sobre o cinema foram atividades tão próximas e tão correspondentes como no Recife.” (Cunha in Figueirôa, 2000: 9).

É difícil saber se essa demanda pela crítica nos jornais da cidade é natural (ou seja, provocada pela vontade dos intelectuais de pensar sobre os filmes) ou induzida (no sentido de que os jornais, ao perceber a criação de um mercado que demanda esse tipo de narrativa, abrem espaço para ela). Provavelmente os dois fatores estão associados.

O primeiro é o caso do filósofo Evaldo Coutinho, um dos primeiros críticos de cinema do Recife, mais tarde professor na Faculdade de Arquitetura (onde inclusive montou, em 1959, um cineclube). O envolvimento de Coutinho com os filmes é o exemplo perfeito do perfil dos primeiros críticos de cinema: jovens intelectuais, que estudavam Filosofia ou era interessados em estética das artes, que tiveram a juventude marcada pela convivência com os primeiros filmes, e por isso tinham perante o cinema um fascínio especial.

“Eu, quando fui ao cinema pela primeira vez, devia ter uns cinco anos. Eu não me lembro totalmente, mas lembro de cenas do filme que eu vi, menino, fiquei impressionado com aquilo. Gostava de

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

cinema demais. Quando eu passava de bonde pela porta de um cinema, na rua Nova, eu ficava olhando os cartazes. Grandes, coloridos. Eu gostava de olhar. Via muita revista francesa e americana de cinema, que meu irmão Aluizio trazia do Rio, onde estudava Medicina. Cinema mudo.” (Coutinho, 2001).

A referência de Evaldo Coutinho ao cinema mudo também é importante, porque foi exatamente essa característica – ou melhor, a superação dela, com o surgimento do filme falado, a partir de 1927 – que decretou o fim do Ciclo do Recife. Entre os treze longas produzidos, estavam obras importantes da cinematografia nacional, como *Aitaré da Praia* e *A Filha do Advogado*. Em 1931, as últimas produtoras locais fecharam as portas, e Pernambuco ficou mais de uma década sem ver qualquer movimento no sentido de uma retomada da produção cinematográfica. Isso acabou fazendo a crítica sumir dos jornais.

Curiosamente, foi a polêmica suscitada pela sugestão de que o cinema enquanto arte morreu após ganhar som – uma posição mantida por muitos críticos e intelectuais, entre eles Evaldo Coutinho, que posteriormente lançou sua própria teoria estética do cinema – que trouxe à tona o segundo momento fértil da crítica do Recife.

“Tudo começa durante uma palestra de Orson Welles, que estava no Brasil para filmar *It’s All True*. O diretor americano chega ao Recife pouco depois. A polêmica, também. Otávio de Freitas Júnior dá início à enquete no *Jornal do Commercio*. Entre junho e agosto de 1942, tomam partido pelo cinema mudo ou sonoro alguns ilustres do meio cultural da cidade, como Aderbal Jurema, Paulo do Couto Malta, Vicente do Rego Monteiro e Antônio Maria.” (Araújo, 2002).

Todos esses nomes assinaram críticas e crônicas nos jornais do Recife. Percebe-se que, mesmo não familiarizados com o debate *highbrow/lowbrow* (assunto que monopolizava as reflexões dos teóricos, nos Estados Unidos e Europa), os intelectuais já vislumbravam a questão que monopolizava a crítica de cinema: arte ou entretenimento?

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

A despeito de alguns intelectuais, como Luiz de Andrade (que assinava L. ou Luiz Ayala⁶), continuarem a escrever sobre cinema, entre meados dos anos 40 e o ano de 1949 praticamente não houve crítica de cinema no Recife. De fato, os jornais do Recife ainda não haviam se consolidado efetivamente como indústria. Numa região marcada pelo coronelismo, os veículos de comunicação de massa funcionavam como trampolim político, assim como acontecera na Europa do século XVIII (Eagleton, 1991). Os periódicos estavam quase sempre ligados a projetos ou partidos políticos, e fechavam as portas assim que cumpriam o objetivo inicial. Jornais não eram feitos prioritariamente para dar lucro, para informar ou provocar debates culturais, e sim para eleger políticos. De um modo ou de outro, eles disputavam os leitores, que eram poucos. Essa competição acabaria por acentuar o lado comercial da atividade.

“Circularam [nos anos 50 e 60] vários jornais diários na cidade (*Folha da Manhã* – matutina e vespertina –, *Folha do Povo*, *Correio do Povo*, *O Dia*, *Jornal Pequeno*, *Última Hora*, *Jornal do Commercio*, *Diário da Noite* e *Diario de Pernambuco*), movidos por interesses de partidos políticos ou de grupos empresariais. Eles eram mais opinativos e contundentes, declarando enfaticamente seus pontos de vista.” (Barbosa e Herrisson, 1995: 11).

Uma exceção (ainda que relativa) a esse cenário era o *Diario de Pernambuco*. Desde junho de 1931, o periódico fazia parte de um conglomerado, os *Diarios Associados*. Era, portanto um veículo de comunicação mais profissional. Foi o *Diario*, ao lançar, em maio de 1952, um suplemento cultural contendo uma página dominical dedicada à crítica de artes (literatura, artes plásticas e também cinema), que abriu um espaço fixo pioneiro para que a crítica cultural pudesse se desenvolver. Nota-se, nesse exemplo, como já ocorrera nos Estados Unidos, no começo do século, o papel essencial exercido pelo jornalismo para a consolidação da crítica cinematográfica.

⁶ Assinar textos usando apenas as iniciais era fato comum no jornalismo pernambucano da primeira metade do século XX. Pseudônimos também não eram raros entre os críticos de cinema da década de 50; muitos utilizavam essa estratégia para poder escrever em dois ou três jornais diferentes, ao mesmo tempo.

Mesmo no *Diário de Pernambuco*, contudo, a crítica de cinema (e o jornalismo cultural como um todo) era tratada de forma secundária. Além disso, parecia óbvio para os jornalistas que, se não havia no Recife uma produção cinematográfica nem um forte circuito exibidor, não fazia sentido publicar críticas regularmente. Também não havia um debate que a crítica pudesse alimentar. Mas a situação estava preste a mudar.

“Alguns jornalistas, em textos dos anos 50, chegam a apontar o ano de 1949 como o marco do ‘reaparecimento’ da crônica cinematográfica no Recife. Jovens colaboradores e veteranos que voltam à ativa restabelecem o vigor da crônica – praticamente estagnada desde meados dos anos 40 –, estimulados pelo neo-realismo italiano, pelas produções hollywoodianas do pós-guerra, pelas experiências do cinema industrial no Brasil, Vera Cruz à frente.” (Araújo, 1997: 15).

A Segunda Guerra Mundial (e a conseqüente dificuldade de distribuição dos filmes estrangeiros) também ajuda a explicar a ausência de críticos em Pernambuco. Na década de 50, porém, esse quadro passa por uma forte reversão, bem como o panorama da própria atividade jornalística no Recife. Os seis jornais existentes no começo da década se transformam em oito no final. Tudo isso reflete um momento particularmente forte de ascensão cultural e econômica em Pernambuco.

“Outro fator que favoreceu o florescimento da crônica especializada foi a quantidade de cinemas que a região metropolitana ostentava. Em 1950 havia, no mínimo, 17 salas exibidoras, número elevado para 51 salas, em 1962. (...) Esse panorama (oito jornais e 51 cinemas) rendeu bons frutos. Durante essas duas décadas [1950 e 1960], pelo menos 40 pessoas escreveram sobre cinema, 14 delas de maneira mais regular.” (Barbosa e Herrisson, 1995: 12).

A presença do cineasta Alberto Cavalcanti no Recife, onde filmava *O Canto do Mar*, estimulou ainda mais o desenvolvimento desse espírito crítico, e a conseqüente proliferação dos cronistas de cinema nos jornais. Luciana Araújo define a década de 50 como o primeiro momento em que a crítica de cinema do Recife começou a produzir narrativas de análise fílmica, fugindo dos textos meramente informativos e dos *releases*:

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

“Não se tratava mais (ou não só) do deslumbramento do fã diante das estrelas de Hollywood. Mas de cultivar uma ‘cultura cinematográfica’, entender o cinema como criação artística”. (Araújo, 2002).

Essa comunidade de cinéfilos (também no Recife a organização dos amantes de cinema começa a assumir a forma de subcultura) gera um espaço discursivo próprio da crítica de cinema. A atividade logo extrapola o campo de atuação dos jornais. Já em 1951, existiam no Recife dois clubes que exibiam e discutiam filmes, o Clube de Cinema do Recife e o cineclube Vigilanti Cura. A crítica de cinema da época comprovava, assim, a determinação em evitar a sina de fenômeno sazonal. Essa movimentação abriu mais espaço aos críticos dentro dos jornais.

“Os seis jornais diários que circulam no Recife ostentam pelo menos um cronista cinematográfico regular, sem contar os colaboradores – uns assíduos, outros bissextos.” (Araújo, 1997: 16).

A maioria dos críticos de cinema da época era formada por jovens egressos das faculdades de Filosofia e Direito. Entre 1952 e 1953, atuaram no *Diário da Noite* cinco críticos (Duarte Neto, Jorge Abrantes, Luiz Vieira, André Gustavo Carneiro Leão e Paulo Fernando Craveiro); no *Diário de Pernambuco* eram sete (José de Souza Alencar, Valdir Coelho, Jomard Muniz de Britto, Alexandrino Rocha – sob o pseudônimo de Renata Cardoso –, Juvenal Félix, Paulo França e novamente André Gustavo Carneiro Leão); na *Folha da Manhã* matutina, dois (Mauro Almeida e Alexandrino Rocha); na *Folha da Manhã* vespertina, quatro (Paulo Fernando Craveiro, Duarte Neto, “Renata Cardoso” e José Laurênio de Melo); no *Jornal do Commercio* escreviam mais dois (José de Souza Alencar, que assinava “Ralph”, e José do Rego Maciel Junior); e no *Jornal Pequeno*, um (Ângelo de Agostini).

Ao mesmo tempo em que cresce em quantidade, a crítica de cinema do Recife também assistiu a um salto de qualidade. Em parte, isso aconteceu devido aos primeiros contatos dos cinéfilos locais com jornais e revistas estrangeiros sobre cinema, que começavam na época a ser lidos

em Pernambuco. A consolidação de críticos nacionais, como Moniz Viana (*Correio da Manhã*) e Almeida Salles (*O Estado de São Paulo*), ajudou nesse processo. Através dos debates nos cineclubes e do intercâmbio de idéias nos textos críticos da época, os críticos do Recife começaram a adquirir uma cultura cinematográfica e a se profissionalizar.

“Na década de 50, uma rápida lista das leituras obrigatórias entre os cronistas de cinema do Recife inclui *O Cinema, Sua Técnica, Sua Economia*, de George Sadoul, a *Cartilha do Cinema* de Carlos Ortiz e, entre as revistas, a mineira *Revista de Cinema*, a francesa *Cahiers du Cinéma* e a inglesa *Sight & Sound* – as duas últimas, vale frisar, ‘obrigatórias’ mas não necessariamente lidas, já que nem todos dominam línguas estrangeiras.” (Araújo, 1997: 24).

Se não eram lidos por todos, os periódicos estrangeiros eram debatidos nos cineclubes locais. É um sinal claro da globalização cultural de Jameson (1991): o Recife corre rumo à pós-modernidade. A soma dos cineclubes com o fortalecimento da crítica local garante a existência, na capital de Pernambuco, de uma esfera pública local. Os primeiros traços de uma subcultura local parecem definitivos. Trata-se de um primeiro espaço discursivo da crítica de cinema, algo que a emergência do ciberespaço vai alargar, nos anos 90, como veremos no capítulo 4.

Não é coincidência, claro, o fato de que as publicações internacionais sobre cinema que influenciam os críticos locais são as mesmas revistas onde se estruturam as principais linhas de análise fílmica no panorama global da crítica de cinema. Como já notara Haberski Jr, o cinema já é visto por uma parcela dos espectadores como arte séria. No Recife, cinema também é arte. A boa fase da crítica local, aliás, coincide com o momento criativo da crítica internacional. Da mesma forma que na França, na Inglaterra e nos EUA, contudo, os mecanismos que alçam a crítica até esse *status* contribuem para jogá-la em crise. O Recife está inserido, portanto, na crise da crítica – materializada nessa padronização de narrativas – de que trata o segundo capítulo.

2. O consumo: anos 70-80

2.1 O *blockbuster* e a cinefilia

O momento em que a crítica consegue a legitimação do cinema como arte é, paradoxalmente, um momento de virada, verdadeiro *turning point*. Entre as décadas de 60 e 70, o filme sofre uma ruptura radical, impulsionada pelo início da cultura do *blockbuster* (filmes produzidos em série, cujos custos de *marketing* superam o próprio valor de produção) e pela consolidação da cultura das celebridades⁷. O fosso entre o filme que deseja ser arte e o que quer apenas divertir torna-se enorme.

No campo do cinema, a cultura de consumo detona uma cadeia de mudanças estruturais em todas as facetas, da produção à recepção dos filmes. De repente, o *blockbuster* (que não tem qualquer aspiração artística) lota as salas de projeção e abafa quase que inteiramente o outro cinema, de aspirações artísticas. Essa hegemonia do filme feito exclusivamente para entreter também causa mudanças nos rumos da crítica. O *blockbuster*, por atrair porções cada vez maiores do público, ocupa a maior parte da pauta da crítica nos jornais.

Essa pauta não é definida pelo crítico; ele não tem autonomia para decidir sobre que filme vai escrever. Essa escolha é ditada pelos superiores hierárquicos, os executivos e editores, mais preocupados em atender à demanda do leitor, que vai aos cinemas para ver, na maioria das vezes, os *blockbusters*; e, indiretamente, pela indústria de cinema, que define o calendário de estréias dos filmes nas salas de projeção.

O crítico não escolhe livremente, portanto, o filme que vai comentar. Obedece a critérios definidos a partir de categorias de consumo: filmes aguardados com expectativa pelo público. Essa demanda do espectador/leitor é artificial. Não surge espontaneamente, sendo estimulada pela publicidade (direta ou indireta) feita pelos estúdios.

⁷ Historiadores costumam apontar o nascimento dessa tendência com o filme *Tubarão*, em 1976, embora se saiba que muito antes disso os filmes já eram consumidos como produtos de marketing.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Nessa estrutura, é possível vislumbrar a tendência do jornalismo para capturar um desejo do leitor (seja espontâneo ou estimulado pela publicidade) e transformá-lo em notícia. Os modismos, percebe-se, preenchem a maioria esmagadora das páginas dos jornais. Os ciclos de consumo estabelecidos pelas modas, como bem observa Jameson (1991), são um aspecto importante para entender a pós-modernidade. A existência de ciclos de moda está associada à própria cultura de massa, embora esses ciclos venham ganhar maior aceleração, e tenham ampliado o espaço sociocultural que ocupam, a partir da década de 50. A pós-modernidade decreta, assim, a decadência da esfera pública e, com ela, o declínio da atividade crítica.

“A chave que conecta as principais características da sociedade pós-moderna – entre outras, a aceleração dos ciclos do estilo e da moda, o crescente poder da publicidade e da mídia eletrônica, o advento da padronização universal, o neocolonialismo, a revolução verde – ao pastiche esquizóide da cultura pós-moderna é o sentido de apagamento da história. O nosso sistema social perdeu a capacidade de conhecer o próprio passado, tendo começado a viver num ‘presente perpétuo’ sem profundidade, sem definição e sem identidade segura.” (Connor, 1989: 43).

Steven Connor cita características da pós-modernidade que parecem exercer influência na maneira como jornalismo, crítica e cinema se relacionam. Quando fala do aumento da velocidade dos ciclos da moda, da publicidade e do poder da mídia, Connor oferece uma narrativa apropriada para entender como o aparecimento da cultura do *blockbuster* transformou a indústria do cinema, seguindo a própria lógica pós-moderna de consumo. Canclini complementa o raciocínio oferecendo uma definição precisa para o que chama de “cultura do efêmero”:

“Muito do que é feito atualmente nas artes é produzido e circula de acordo com as regras das inovações e da obsolescência periódica, não por causa do impulso experimentador, como no tempo das vanguardas, mas sim porque as manifestações culturais foram submetidas aos valores que dinamizam o mercado e a moda: consumo incessantemente renovado, surpresa e divertimento.”

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

(Canclini, 1995: 42).

Algumas definições usadas por Connor e Canclini (o apagamento do passado, o presente perpétuo, a cultura do efêmero) podem ser ligadas facilmente ao problema das narrativas jornalísticas, que passam a ser estruturadas com base nas noções de superficialidade e padronização. Esse tipo de jornalismo forma o que Marcondes Filho (2000) nomeia como Quarto Jornalismo, exercido a partir dos anos 70 (mas cujos matizes já podem ser percebidos a partir da pós-modernidade).

Esse novo jornalismo é implantado de forma semelhante na maior parte dos jornais do mundo ocidental, sem obedecer a grandes distinções culturais locais. Periódicos em qualquer cidade de médio ou grande porte se parecem graficamente. Mas não só na aparência ocorrem as transformações causadas pela pós-modernidade; o conteúdo também muda. Os textos publicados nos jornais sofrem uma série de interferências ditadas pelas transformações socioculturais.

O fato é que, quando os ciclos determinados pelas modas passam a ser acelerados, o conceito de notícia passa por uma transformação. Está certo que notícia já virou mercadoria, mas a partir desse momento (a aceleração das modas e do crescimento da importância do estilo), a notícia passa a ser regida pela lógica do consumo:

“Industrialização, avanço do capitalismo, urbanização, fluxo de capitais e de pessoas, correntes migratórias, guerras: o século XX passou a produzir industrialmente o jornalismo, hoje submetido às leis do mercado; muitas atividades culturais são encaradas como produto, dentro de uma lógica de consumo. A publicidade permeia tudo. Jornais, revistas, veículos especializados, segmentação de públicos, pesquisas de audiência. *Marketing cultural*”. (Buitoni in Martins [org.], 2000b: 60-61).

Nesse panorama, é preciso ressaltar que os jornais e o cinema se constituem como mecanismos ideológicos fundamentais para a propagação de uma cultura cada vez mais dominada pelo consumo. O jornalismo e a publicidade exercem uma função importante na propagação dos novos valores estéticos da pós-modernidade. Os meios

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

de comunicação de massa (televisão, rádio, cinema), pela maneira como manipulam os desejos e o imaginário dos indivíduos e pela penetração nas mais diversas camadas sociais, assumem um papel essencial na consolidação dessa lógica cultural. A crítica de cinema, que poderia oferecer narrativas de resistência a essa invasão cultural, é refém desses mesmos mecanismos ideológicos, que provocam o declínio da noção de esfera pública e a inexistência de um debate social amplo.

A partir dessas reflexões, pode-se compreender porque estudiosos como Haberski Jr. insistem que à indústria do cinema não interessa mais a crítica, pois essa indústria tem pouco interesse na dimensão artística do cinema. Uma vez que o filme já se acha consolidado como artigo de consumo cultural, o ato de considerá-lo ou não como obra de arte passa a ter importância apenas para subgrupos sociais interessados especificamente na manutenção do *status* artístico e na resistência de fundo cultural. Há uma tensão palpável aqui, que exerce uma inversão de valores no papel sociocultural desempenhado pelos críticos, tendo como foco uma outra tensão, mais ampla, gerada por um aparecimento reconfigurado do Grande Divisor (tema que será abordado à frente).

Já vimos que os críticos sempre tiveram que lidar, desde a sua gênese, com o problema das fronteiras entre cultura de massa e alta cultura. Em síntese, o papel inicial da categoria era resgatar os filmes de seu lugar original no panorama da cultura ocidental (um produto industrial) e agregar a ele uma dimensão artística. Os primeiros críticos de cinema, então, assumiram a missão de defender a cultura de massa.

Isso foi feito, como vimos antes, de forma muito problemática. As primeiras gerações de críticos reproduziam instintivamente a barreira do Grande Divisor, mesmo quando fascinados pela tecnologia do cinema. Mesmo assim, em certa medida, é possível identificar os primeiros críticos como arautos da pós-modernidade enquanto lógica cultural, tendo em vista que o pós-modernismo só se estabelece de fato (anos 40-50) quando as fronteiras entre alta cultura/cultura de massa se rompem. É notável o papel da crítica nesse rompimento.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Nos anos do pós-guerra, entra em cena uma nova geração de críticos de cinema. Nesses intelectuais, a cultura cinematográfica já está estabelecida como algo natural. Os críticos dos anos 40-50 passaram a infância indo ao cinema. Para essa geração, filmes não são novidade – já são arte estabelecida. Não existe mais conflito no ato de encará-los como obras de arte. Se o Grande Divisor ressurgir nessa época, como indica Huysen (1996), dentro da área cinematográfica isso ocorre de forma diferente. Os intelectuais que defendem a barreira alta/baixa cultura têm preocupações políticas que refletem a divisão do mundo em estruturas de poder (capitalismo, socialismo, nazismo) capazes de exercer manipulação ideológica. A estratégia de resistência contra essa situação está nessa barreira, que tem objetivos bem diferentes do primeiro Grande Divisor. Essa tensão, aliás, não é mais tão grande. Trata-se, na verdade, do primeiro de uma série de Pequenos Divisores.

Apesar dessa barreira modernista contra a cultura de massa, é possível perceber, no próprio discurso dos críticos, que filmes já são tratados como arte. As revistas especializadas explicitam esse raciocínio, bem como confirmam o surgimento de uma categoria específica de espectadores que tratam o filme como algo mais do que mera diversão; são os cinéfilos. Esse grupo de 'amantes do cinema' já começa, então, a se configurar como uma subcultura, no sentido que mais tarde será proposto por Hebdige (1979). A subcultura dos cinéfilos se constitui a partir da adoção de uma estratégia diferenciada de consumo. O cinéfilo retrabalha o significado cultural simbólico dos filmes, tratando-os como alta arte, e os consome de forma diferente do espectador comum.

É importante observar com atenção o duplo papel que a subcultura dos cinéfilos exerce na mutação do significado do cinema e, por consequência, no aparecimento da crise da crítica. Por um lado, o cinéfilo aparece como defensor da cultura de massa, na medida em que defende uma atualização de um artefato industrial para o *status* de arte. Por outro, o cinéfilo estrutura uma subcultura que estabelece a si própria como consumidora diferenciada do filme – ou seja, que vê uma categoria

específica do cinema como alta cultura (o filme de arte), em detrimento do *blockbuster*, que se configura como baixa cultura, um objeto não-artístico. A idéia do Pequeno Divisor é complexa, mas capta bem o espírito dialético da pós-modernidade.

Nesse instante histórico, Haberski Jr. identifica o auge – e o início instantâneo de um processo de decadência – da crítica de cinema. No momento em que conseguem um reconhecimento intelectual que referenda a própria existência (garantindo, assim, a confirmação do *status* de arte ao cinema), os críticos se vêem vencidos pela mudança no papel que os filmes exercem dentro da sociedade, agora mergulhada na era que Baudrillard (1999) chama de hiper-real: saturada de imagens e ordenada por uma nova lógica de consumo.

Um fator que ajuda a explicar melhor essas mudanças está na própria mudança ocorrida no âmbito da produção nos maiores pólos cinematográficos, os Estados Unidos e a Europa. Jameson (1991) já observara que a pós-modernidade é muitas vezes confundida com a hegemonia socioeconômica dos Estados Unidos. O cinema, através da produção e distribuição maciça dos *blockbusters*, é uma das áreas onde isso se verifica com mais impacto. Canclini observa que, atualmente, 80% dos filmes encontrados na videolocadoras do México têm origem nos EUA.

“Nos videoclubes da Blockbuster há um lapso revelador neste sentido: a maioria das gôndolas é identificada por ‘gênero’ (ação, suspense, comédia, infantil etc.), e nessas prateleiras prevalece, com poucas exceções mexicanas, o cinema americano. Num canto, encontramos umas poucas dezenas de filmes europeus, latino-americanos e alguns asiáticos, todos reunidos sob a legenda ‘cinema estrangeiro’. O dos EUA, que não aparece neste setor, é nacional ou se define simplesmente como o cinema.” (Canclini, 1995: 207).

A cultura do *blockbuster* permite a consolidação da cinefilia, mas garante que ela permaneça minoritária – a mantém como subcultura. A cinefilia funciona, assim, como uma espécie de transgressão permitida pela cultura hegemônica. É um ato de resistência cultural, mas tão

fragmentado e isolado que não oferece, a rigor, qualquer ameaça concreta ao *blockbuster*, ao *establishment*.

Essa absorção da cinefilia pela cultura do *blockbuster* (a integração do discurso da periferia, não num sentido geográfico, mas sim cultural, no bloco hegemônico da sociedade) exemplifica o que Alberto Moreiras chama de globalidade negativa. Para Moreiras, esse conceito significa “o lado inferior da grande narrativa de modernização global” (2001: 70). Em outras palavras, a globalidade negativa não deve ser vista como um oposto, mas como parte complementar do discurso da pós-modernidade. Primeiro e Terceiro Mundo, periferia e centro, consumidor passivo e cinéfilo, filme de arte e *blockbuster*; esses conceitos aparentemente dicotômicos não podem ser compreendidos sob o signo da diferença, como se fossem termos isolados.

“A diferença, em outras palavras, não é mais ‘um outro que não ele mesmo’, mas foi transformada em mais do mesmo através do poder expansivo de mercantilização cultural que define nosso regime de acumulação de capital”. (Moreiras, 2001: 71).

Nessa compreensão da diferença como “mais do mesmo”, para usar as próprias palavras de Moreiras, reside o grande dilema da crise da crítica: a padronização, a homogeneização de forma e conteúdo, existe e é um fato consumado; a diferença não foi extinta, mas incorporada ao próprio discurso hegemônico, maquiada e traduzida numa forma que sugere o “mais do mesmo”. Mais ainda: as subculturas são permitidas, mas apenas com caráter local, restrito geograficamente. Os grupos de cinéfilos são fragmentados e não possuem comunicação entre si. Essa estratégia, está claro, reduz o seu potencial de resistência efetiva.

Nesse sentido, é essencial ressaltar o caráter periférico da crítica, a posição de subalternidade que ela ocupa dentro das narrativas jornalísticas. No fundo, se dirigirmos um olhar mais global à crise percebida na atividade da crítica, veremos que ela trata de uma manifestação de uma crise bem mais ampla: a crise da diferença. Pela lógica de consumo da pós-modernidade, se tudo é periferia, então nada é periferia. A cobra morde o próprio rabo.

Essa lógica, que permite tanto a cinefilia quanto o *blockbuster* (dois pólos da mesma moeda) interfere nas narrativas produzidas pela crítica, modificando os critérios editoriais dos jornais e colocando-os numa crescente posição rumo a uma homogeneidade temática e gráfica, e também no próprio cinema. O surgimento da cultura do *blockbuster* não é mais do que uma consequência do refinamento dessa lógica de consumo, impulsionada pela publicidade, pelo *marketing* dos filmes e pela aceleração dos ciclos da moda. A arte do cinema, algo pelo qual os críticos (e também os cinéfilos) tanto lutaram, perde importância.

“As pessoas aceitam o filme como arte, mas ninguém se preocupa mais com essa distinção. Os motores gêmeos do modernismo – um guiando a arte rumo a formas mais puras e abstratas, e o outro levando a crítica a tomar como objetos formas mais populares, inclusive aquelas produzidas em massa – acabaram por elevar os filmes à categoria de arte, mas retiraram a importância do debate que impulsionou essa transição”. (Haberski Jr., 2001: 6).

Essa crise da diferença fica explícita quando se observa o que ocorreu com a indústria cinematográfica, a partir do início da crise da crítica. O *blockbuster*, cuja estética resume muitas das características da pós-modernidade (superficialidade, padronização, crescente noção de diversão, ausência de um sentido histórico materializado num ‘presente perpétuo’), ganhou esmagadora importância na indústria do cinema.

Todos esses abalos causados pela emergência da cultura de consumo na esfera social exercem outra modificação na posição ocupada pelo crítico de cinema dentro dos jornais. Enquanto a crítica artística entra em declínio, a crítica ligeira encontra um terreno mais favorável, que é o predomínio evidente do chamado ‘jornalismo de serviço’, uma radicalização do antigo ‘jornalismo de informação’.

O ‘jornalismo de serviço’ corresponde a uma das facetas mais perceptíveis da fase da imprensa escrita que se convencionou chamar de Quarto Jornalismo – de 1970 aos dias atuais (Marcondes Filho, 2000). Essa técnica jornalística, adotada primeiramente pelo jornal *USA Today* (no Brasil, pela *Folha de São Paulo*) e rapidamente copiada pela maioria

dos jornais no mundo, consiste em publicar o maior número possível de notícias, em textos curtos e não-opinativos, quase sempre ligadas a fatos ocorridos no dia anterior. O texto passa a ser sintético e comprimido.

“A substituição do texto jornalístico clássico (compressão e redução lingüísticas) trata da extensão da matéria publicada: privilegia-se a notícia curta, de três parágrafos, e o processo de produção de notícias dá mais espaço aos *drops* informativos em detrimento das matérias grandes. Mesmo as matérias mais extensas de três quartos de página, página inteira ou dupla são contaminados por esse processo, pois não são construídas linearmente do ponto de vista narrativo, mas pela aglutinação de fragmentos.” (Marcondes Filho, 2000: 44).

Em geral, essa estratégia editorial de fragmentar a reportagem em textos curtos contribui para uma segregação da crítica no espaço da notícia. Basta observar os critérios de edição de reportagens sobre filmes (critérios esses também homogeneizados entre a maior parte dos jornais, geralmente abrindo espaços editoriais generosos para os *blockbusters* que estão próximos da data de estréia) para perceber o fenômeno.

“É óbvio que o espaço da crítica diminuiu na imprensa diária. Vale a pena lembrar o exemplo do que fez o Caderno 2 de *O Estado* [de São Paulo] com o filme *Advogado do Diabo*: o jornal deu a primeira página do caderno para o filme, uma matéria sobre a estréia etc., e depois as duas páginas centrais – entrevista com Al Pacino e com o outro ator, a clássica reportagem sobre os efeitos especiais, uma retrospectiva de filmes sobre o demônio, enfim, tudo o que se quisesse saber sobre o *Advogado do Diabo*. Em um quadradinho, bem embaixo, uma crítica tecendo considerações sobre o filme etc., e o penúltimo parágrafo, se me lembro bem, dizia: ‘o filme é uma bobagem’.” (Coelho in Martins [org.], 2000a: 89).

Uma das razões para explicar essa hegemonia do ‘jornalismo de serviço’ (que, supostamente, dá ao leitor exatamente aquilo que ele deseja ler, não importando se a informação possui qualidade – ou seja, é a mesma lógica do consumo passivo adotada pela política de distribuição dos filmes) decorre da competição acirrada que se trava dentro do espaço

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

midático da notícia. Os jornais, afinal, não competem mais entre si, mas também com a televisão e o rádio (e, a partir dos anos 90, com a internet). Torna-se mais importante divulgar a notícia com rapidez, ainda que seja necessário abrir mão da reflexão e da contextualização do fato.

Todas essas características tornam hegemônicas, no jornal, as notícias ligadas ao acontecimento cronológico imediato. Esse tipo de critério impõe, por si só, uma restrição à atividade do crítico; na medida em que a maioria das salas de cinema exhibe apenas *blockbusters*, o crítico precisa voltar sua atenção a esse tipo de filme. O crítico ainda é obrigado a organizar sua pauta de críticas a partir do cronograma de lançamento dos filmes; ela é regida pela lógica de mercado.

2.2 Pequenos Divisores

A cultura do *blockbuster* modifica a função do filme e, portanto, exerce um papel importante na crise da crítica. A partir da hegemonia dessa cultura, o discurso do crítico distancia-se definitivamente da categoria mais numerosa de espectadores. Este é muito diferente do cinéfilo: não busca arte no filme, mas simplesmente diversão. Algo que pode encontrar no cinema, na televisão ou num estádio de futebol.

A divisão do público em duas categorias introduz no cenário um novo elemento, que vai surgir nos anos 80 e modificar ainda mais o panorama das artes visuais: o mercado de *home video* (inicialmente, as fitas VHS). O fenômeno se expandiu, a ponto de pôr em crise a própria indústria cinematográfica clássica, ocasionando o fechamento de mil salas de projeção de filmes na América Latina, apenas na década de 80.

“Hoje se assiste a mais filmes do que em qualquer época anterior. Mas se assiste em casa: na televisão ou no vídeo.” (Canclini, 1995: 200).

Canclini avalia que a consolidação do mercado de *home video* alterou profundamente o cinema como atividade sociocultural. A experiência que ele chama de “intimidade dentro da multidão” – o ato de ir ao cinema – perdeu importância. A relação que os espectadores estabelecem com o cinema passa a ser de natureza bastante diferente.

“O surgimento de espectadores multimídia, que se relacionam com o cinema de diversas maneiras – em salas, na televisão, no vídeo e em revistas de espetáculos, percebendo-o como parte de um sistema amplo e diversificado de programas audiovisuais.” (Canclini, 1995: 201).

O debate entre cinéfilos e espectadores passivos, amplificado pelo surgimento do mercado de *home vídeo*, marca o surgimento de mais um Pequeno Divisor. Agora, a dicotomia alta/baixa cultura não está mais apenas na função do filme. Não é mais uma questão puramente de arte ou divertimento. Agora, o próprio suporte de exibição torna-se centro do debate; um mesmo filme pode ser alta e baixa cultura, uma vez que os

cinéfilos defendem uma espécie de sacralização da experiência de ir ao cinema. O filme no cinema, dentro desse ponto de vista, seria alta cultura; no videocassete, seria arte inferior.

Mudam os filmes, os suportes tecnológicos e a maneira de os espectadores localizarem o cinema dentro de um contexto audiovisual mais amplo. Para o consumidor passivo, que constitui a maioria dos leitores de jornais, a voz do crítico – que, depois de brigar durante décadas pelo reconhecimento do cinema como alta cultura, ganhou reconhecimento intelectual – está intelectualizada, arrogante.

A constatação do divórcio entre os discursos da crítica e do público exige ajustes editoriais. Aos *mass media*, não interessa ter um especialista que fale para uma minoria. Jornais são uma mercadoria; portanto, o crítico deve saber se comunicar com a maioria dos leitores. É a partir da era do *blockbuster*, do momento em que cinéfilos e consumidores passivos são divididos por um Pequeno Divisor, que o crítico enfrenta seu maior dilema. Ele não sabe a quem se dirigir, se a uma categoria de consumo ou à outra. Ou melhor, ele faz parte da categoria dos cinéfilos, mas é obrigado a escrever para o consumidor passivo. E, de certa forma, fracassa nessa tarefa.

Baudrillard (1985) é um dos teóricos a enfatizar de modo mais veemente a transformação da obra de arte em mercadoria, e de seu público em consumidores. Ele vê o predomínio da cultura em todas as esferas da sociedade e alerta enfaticamente para o papel central exercido pela publicidade nesse processo:

“Antigamente, bastava ao capital produzir mercadorias, o consumo sendo mera consequência. Hoje é preciso produzir consumidores, é preciso produzir a própria demanda, e essa produção é infinitamente mais custosa do que a das mercadorias”.
(Baudrillard, 1985: 26).

Do ponto de vista do negócio de produzir filmes, a publicidade torna-se um elemento essencial. Os grandes estúdios chegam a gastar mais de duas vezes o valor de um filme em *marketing*. Eles precisam minimizar a possibilidade de perder esse investimento – e isso significa

formatar o discurso do crítico. Essa operação ocorre de diversas maneiras, tanto direta quanto indiretamente. O mais óbvio desses modos está nos *press releases* dos filmes, grossos calhamaços de informações de bastidores que incluem, às vezes, resenhas jornalísticas. Essa estratégia ajuda a explicar as narrativas semelhantes produzidas pelos críticos.

A posição dos cinéfilos diante do movimento dos jornais, que empurram os críticos para uma posição cada vez mais secundária, não é confortável. Eles ajudam a buscar espaços alternativos para a crítica fora dos grandes periódicos. Um desses fóruns está nas revistas especializadas. Mas essas publicações também podem ser vistas como um mecanismo da indústria cultural para garantir à subcultura cinéfila um espaço midiático (a globalidade negativa, o “mais do mesmo” de Moreiras, ajuda a explicar essa dialética; se há demanda, não pode faltar a oferta). Esses veículos possuem circulação mais restrita e não modificam a forma de consumo passivo, porque permanecem afastados do leitor médio, mas abrem espaço ao crítico. Já nos grandes jornais, o espaço da crítica torna-se mínimo.

“Como sempre houve um desentendimento entre crítica e público, aparentemente se optou por consagrar essa divisão nas próprias páginas do jornal. Assim, algo como o ‘interesse do público’ é atendido nas entrevistas com os atores, nas matérias sobre como foi a filmagem etc, enquanto a ‘voz da crítica’, o espaço dos ranzinhas, fica segregado em um quadradinho.” (Coelho in Martins [org.], 2000a: 89).

A estratégia de isolar a voz do crítico em ‘quadradinhos’ (algo que se torna evidente a partir das reformas gráficas nos jornais ocorridas em meados da década de 80, como veremos no capítulo seguinte) reforça, então, a dissociação entre os discursos de crítica e público. O mercado avisa ao consumidor que ele não precisa da análise do crítico; necessita, simplesmente, de uma indicação de consumo. O crítico se torna, assim, pouco mais do que um mero guia, uma voz cuja função é avisar ao leitor o que ele deve consumir.

Diante desse contexto, é possível observar que a divisão da crítica

de cinema em duas correntes, a ligeira e a artística, vai seguir a divisão dos filmes em duas categorias mais gerais (categorias não guiadas por critérios estéticos, mas por estratégias de consumo). Na medida em que o cisma na produção de filmes se radicaliza em uma corrente hegemônica e outra contracultural, as narrativas da crítica seguem esse cisma. As duas correntes da crítica, portanto, também amplificam as distâncias entre si.

Conservadora, a crítica ligeira mantém laços mais firmes com a indústria cultural. Ela consegue seguir os padrões de consumo exigidos pelo *blockbuster*, reforçando seus aspectos mais ligeiros. As narrativas mais identificadas com esse tipo de crítica trazem mais informações de cunho econômico: bilheterias de filmes, pesquisas de opinião, informações sobre salários de diretores e atores. O filme enquanto mercadoria ocupa porções generosas da narrativa da crítica ligeira.

Esse tipo de crítica muitas vezes abre mão de analisar as condições de produção e raramente contextualiza política ou esteticamente o filme em si. Com o tempo, aspectos editoriais exigidos pelos jornais que publicam as críticas vão adequá-las ainda mais aos aspectos ligeiros. A partir dos anos 80, a maior parte dos jornais passa a dar notas aos filmes. São notas de 0 a 10, à maneira dos conceitos escolares. Trata-se de uma espécie de crítica super-reduzida, um guia para leitores apressados. Uma nova modalidade, que chamaremos de crítica-ícone.

Do outro lado, mais rebelde e engajada, a crítica artística acaba sendo forçada a assumir uma posição subterrânea. As narrativas são mais longas, mais analíticas. Embora não encontre espaço favorável para se desenvolver dentro dos jornais, esse tipo de crítica ainda consegue ter uma sobrevivência razoável, em veículos como revistas e jornais especializados e em semanários (revistas e jornais que circulam não semanalmente e por isso tendem a oferecer ao leitor narrativas mais longas, supostamente para contextualizar melhor os fatos diante da fragmentação de notas curtas que ele leu durante toda a semana).

Existe uma associação inevitável da crítica artística com os cinéfilos. Obrigada a superficializar o discurso devido às mudanças na

indústria de jornais guiadas pela lógica de consumo da pós-modernidade, a crítica artística dirige seu discurso para a parcela de consumidores culturais que compartilha com ela a crença no filme como arte.

Esse movimento, claro, tem um lado bom e outro ruim. Ele permite a sobrevivência e o desenvolvimento das narrativas críticas mais reflexivas, ainda que isso ocorra longe das vistas do público hegemônico; por outro lado, o discurso dessa crítica também se torna mais elitizado, mais fechado às influências externas. O crítico assume que está falando de uma cultura teoricamente superior. Ironicamente, isso constata a inversão no discurso do crítico de cinema, diante da lógica de consumo da pós-modernidade: enquanto antes ele lutava para afirmar artisticamente um produto de massa, agora se vê do outro lado do "muro" do Pequeno Divisor, defendendo uma categoria de filmes contra uma invasão de filmes inferiores – uma espécie de 'alta cultura de massa', híbrido de alta e baixa cultura, que os norte-americanos chamam de *middlebrow culture*.

Esse jogo de forças espelha, de fato, uma espécie de briga ideológica que se trava em inúmeras instâncias da sociedade. O mais importante, porém, é que essa ruptura artificial nos dois tipos de narrativa da crítica acaba por desnudar divergências pouco perceptíveis entre uma massa de críticos antes unida pela necessidade de um discurso único, que buscava reforçar a luta pelo *status* artístico do filme.

Tornada explícita por ação dos mecanismos da indústria cultural, essa divergência de cunho estrutural permanece imperceptível ao espectador/leitor, porque há o diálogo mantido pelas duas ramificações da crítica. Aliás, essa divisão entre artística e ligeira jamais pode ser observada de maneira tão pura, num caráter quase laboratorial. É comum que os veículos combinem aspectos das duas correntes.

Um bom exemplo para essa interpenetração entre as duas categorias de crítica está na estrutura editorial adotada pelo jornal *O Estado de São Paulo* atualmente. Identificado desde a década de 50 com o que chamamos de crítica artística (foi o primeiro grande jornal brasileiro a ter um suplemento literário, a partir de 1956, e manteve em suas

fileiras nomes como o de Paulo Emílio Salles Gomes), o jornal abriga dois críticos com grande capacidade analítica, Luiz Carlos Merten e Luiz Zanin Oricchio. Também publica longas resenhas de filmes.

Por outro lado, a pauta cultural do *Estadão* está integrada à rotina jornalística dos demais veículos de comunicação de massa (as críticas são quase sempre publicadas nas sextas-feiras, e os filmes analisados são, em geral, as obras que estréiam; para os critérios de edição, não importa a qualidade desses filmes, mas a sua atualidade) e os analistas também não se furtam a emitir conceitos-ícone, do tipo 'bom', 'ótimo', 'ruim' ou 'razoável'. A crítica artística e a ligeira convivem no mesmo espaço.

A rigor, é possível afirmar que esse convívio oferece um vislumbre de um panorama de crise maior e mais complexo. De fato, deve-se traçar um diagrama da superestrutura da indústria cinematográfica para, numa tentativa simplificadora, ilustrar a situação vivida pelos diversos ramos que se relacionam e articulam com o fazer cinematográfico.

Esse "desenho" hipotético mostra dois troncos diferentes de organização das estruturas midiáticas ligadas ao cinema; um hegemônico, articulado de acordo com a lógica da cultura de consumo pós-moderna; o outro, minoritário, mapeia um foco de resistência cultural, adversário (e ainda assim essencial para a existência) do primeiro. Esses dois troncos não existem em separado, mas formam um organismo único, com pontos de articulação e ligação que se estruturam de forma bastante complexa. As duas estruturas ainda são atravessadas, como vimos, pelas demais ramificações do cinema como atividade multimidiática, nas palavras de Canclini: televisão, vídeo, revistas, cineclubes etc.

Para compreender mais acuradamente essa superestrutura em que se organizam os pólos de produção cultural (críticos, cineastas, cinéfilos) ligados ao cinema, é preciso abandonar a idéia de dicotomias fixas, rígidas. Essa idéia pode ser erroneamente sugerida pelo estabelecimento de diversas dualidades entre os campos do fazer cinematográfico.

Na realidade, é fundamental perceber que esses dois troncos não são independentes, mas obedecem a uma mesma lógica cultural. Trata-se

da lógica da diferença de Alberto Moreiras (2001), intrinsecamente conectada à dualidade periferia/centro. Para entender essa dicotomia adequadamente – como focos de atuação cultural complementares – é preciso abandonar o caráter dicotômico dessas disputas, em favor de uma noção de hibridismo cultural, em que várias forças atuam simultaneamente, em diferentes direções.

“Os termos do embate cultural, seja através de antagonismo ou afiliação, são produzidos performativamente. A representação da diferença não deve ser lida apressadamente como o reflexo de traços culturais ou étnicos preestabelecidos, inscritos na lápide fixa da tradição. A articulação social da diferença, da perspectiva, da minoria, é uma negociação complexa, em andamento, que procura conferir autoridade aos hibridismos culturais que emergem em momentos de transformação histórica.” (Bhabha, 1998: 20).

O mapa simplificado da superestrutura do cinema, portanto, não pode ser entendido como um painel binário, mas sim como um panorama híbrido, em que as divisões se articulam e se interpenetram. Para começar, o próprio cinema está dividido em dois. O *blockbuster* predomina, enquanto o filme de arte resiste – são os dois lados da mesma moeda.

Os tipos de filme, portanto, são os pontos de partida dos dois troncos. Associados a esses dois tipos de filme vêm as duas críticas, a ligeira (que encontra mais espaço nos jornais) e a artística (desenvolvida nas revistas e jornais especializados). Por último, o público de cinema também está rachado em duas categorias distintas. Há o consumidor de filmes (que encara o cinema como passatempo) e o cinéfilo (para quem os filmes representam uma parte importante da vida cultural).

Já vimos, nesse capítulo, as maneiras como o cinema e a crítica reagem à lógica de consumo da pós-modernidade, fio condutor dessa superestrutura do fazer cinematográfico; agora, vamos identificar melhor o que são essas duas categorias de recepção de filmes (o consumidor e o cinéfilo) e como elas se articulam, além de verificar como ambos se relacionam com a emergência da cultura de consumo.

Dentro do público de consumidores mais amplo, é preciso destacar

um subgrupo especial, pelo caráter de resistência cultural que assume. Os cinéfilos se destacam porque atuam como subcultura organizada. Além disso, a maior parte dos críticos sai de dentro dos círculos de cinéfilos que se organizam pelo mundo afora. De fato, eles representam um contraponto importante ao perfil do consumidor comum, que aceita o *blockbuster* sem questioná-lo. É possível perceber que os cinéfilos tentam, conscientemente, se distinguir dos consumidores passivos. No cerne desse debate está, na verdade, uma velha discussão, o mesmo debate que mobilizou os críticos durante toda a primeira metade do século XX: a questão do cinema como arte ou como mero entretenimento. Aparece aqui a sombra do Grande/Pequeno Divisor.

Esse debate é inconcluso. De fato, seria possível argumentar que os dois lados têm razão. Atualmente, poucos estudiosos do cinema poderiam defender com consistência a idéia de que filmes não são arte. A idéia corrente de que alguns filmes tornaram-se 'clássicos' confirma de que o *status* de obra de arte (pelo menos para uma parte significativa da produção cinematográfica) já não é posto mais em discussão.

Por outro lado, a maneira como esse público mais geral se relaciona com os filmes de arte é desinteressada. Canclini (1995) afirma que, no México, a maioria dos filmes alugados está nas prateleiras de ação/aventura. Não é preciso de pesquisas empíricas para verificar que a mesma situação ocorre em todo o mundo ocidental. Já a prateleira dos clássicos permanece pouco visitada. Em geral, apenas a minoria dos cinéfilos parece interessada nesse tipo de filme mais reflexivo.

Essa constatação deixa claro que o consumidor passivo mostra-se desinteressado do embate que envolve o filme como arte ou entretenimento, como afirma Haberski Jr (2001). A maior parte dos espectadores escolhe os filmes que querem ver a partir de indicadores guiados pela publicidade, pelo *marketing*, pela lógica do espetáculo. Quando essas pessoas entram nas salas de projeção, ou alugam filmes, estão em busca de diversão, não de arte. A parcela minoritária do público interessada no aspecto artístico do cinema é formada pelos cinéfilos.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Essa categoria já está consolidada desde a década de 40. Os cinéfilos entusiasmados, que transformam o fascínio pelo cinema numa espécie de culto mercadológico (distorcendo e fetichizando o conceito de aura da obra de arte proposto por Benjamin), muitas vezes procuram submeter essa relação pessoal com os filmes de uma forma racional, atribuindo às obras um caráter simbólico de importância intelectual.

Para fazer isso, precisam exercer o consumo dessas mercadorias de forma diferenciada. Naturalmente, elas procuram comunicar socialmente essa escolha pelo filme enquanto arte, e o fazem se agregando em grupos: fundam e lêem revistas especializadas, organizam cineclubes. A cinefilia surge como uma subcultura que tem a função maior de legitimar o cinema como arte. Se analisados cuidadosamente, contudo, vemos que os cinéfilos obedecem à mesma lógica de capital que estrutura a categoria mais ampla dos consumidores passivos. Trata-se da lógica cultural que Jameson (1991) classifica como pós-moderna.

O surgimento da cinefilia oferece um bom exemplo de como as mercadorias de massa podem ser reapropriadas por determinados agrupamentos sociais e utilizadas para a elaboração de estratégias de resistência cultural. Como o consumo pós-moderno se alimenta muito mais dos símbolos, signos e imagens, essas mercadorias podem ter o significado reconstruído pelos subgrupos culturais. Os cinéfilos tomam para si a missão de defender o cinema como arte, a partir do momento em que a crítica de cinema entra em crise, e passam a exercer um consumo crítico; eles se constituem, então, como subcultura. É sintomático, portanto, que a cinefilia inicie um processo de expansão e consolidação, a partir da década de 60. A partir daí, o cinema se torna definitivamente um estilo de vida.

Através dos diversos fóruns disponíveis (cineclubes, universidades, revistas especializadas), os cinéfilos se agrupam e constituem subculturas locais; a circulação global das mercadorias consumidas por essas comunidades (um bom exemplo está nas revistas especializadas, lidas em todo o mundo) garante a transformação dessas subculturas em um

fenômeno mundial – um dos muitos frutos da globalização.

É possível visualizar, nessa articulação entre as comunidades locais em torno de uma estratégia de consumo global, um sintoma da padronização cultural. O crescimento da importância do global em detrimento do local, na esfera da cultura, deve ser compreendido como fator importante para pensar a cultura pós-moderna, da qual o fenômeno da homogeneidade da crítica parece ser uma de muitas conseqüências.

O conceito de subcultura pode levar a uma compreensão acurada da maneira como a cinefilia demarca um ato de resistência cultural. Dick Hebdige (1979) conceitualiza as subculturas como agrupamentos de pessoas em comunidades que compartilham valores socioculturais desprezados, ou marginalizados, pelas culturas hegemônicas.

As subculturas, para Hebdige, são grupos marginais que materializam algum tipo de tensão social. Embora ele estude a classe trabalhadora na Grã-Bretanha dos anos 70 (*punks, rastafaris, teddy boys*), ressalta que os subgrupos sociais são estudados desde a década de 20. Assim, é possível observar que os cinéfilos passam, a partir dos anos 60, a encaixar no conceito. A maneira como os cinéfilos se apropriam das mercadorias ligadas ao cinema e lhe reatribuem valores demarca a transformação do consumo numa atividade crítica.

“O material (as relações sociais) que são continuamente transformadas em cultura (e deformadas em subculturas) nunca pode ser completamente ‘bruto’. Esse material é sempre mediado: infletido pelo contexto histórico no qual se encontra; posicionado sobre um campo ideológico específico que lhe dá uma vida particular e significados particulares. (...) Subculturas espetaculares expressam um conjunto imaginário de relações. O material bruto da qual esses imaginários são construídos é tanto real quanto ideológico; ele é mediado aos membros individuais de uma subcultura através de uma variedade de canais: a escola, a família, o trabalho, a mídia etc.” (Hebdige, 1979: 80-81).

Os fragmentos culturais que formam uma subcultura são, como Hebdige observa, historicamente passíveis de mudança. Olhando em

retrospectiva para o nascimento da cinefilia, é possível afirmar que a conjuntura história dos anos 40 não produzia ainda, entre os cinéfilos, a idéia de subcultura, porque não espelhava tensão. Se já exerciam um consumo crítico, os cinéfilos não tinham estabelecido uma comunidade organizada. A partir da hegemonia do *blockbuster*, que impõe uma lógica de consumo única (o mesmo momento do princípio da grande crise da crítica), a cinefilia explicita o caráter de resistência cultural.

Os cinéfilos, como todos os espectadores, consomem imagens (não só as imagens vistas na tela, mas todo um imaginário cinematográfico). A diferença crucial é que eles se utilizam desse consumo para gerar um estilo de vida. Essa constatação é essencial porque, segundo Mike Featherstone (1995), a estetização da vida é uma das características da pós-modernidade. Essa estetização é medida através do consumo, que empresta a estrutura do excesso de imagens da vida pós-moderna.

“A centralidade da manipulação comercial das imagens, mediante a publicidade, a mídia e as exposições, *performances* e espetáculos da trama urbanizada da vida diária, determina, portanto, uma constante reativação de desejos por meio de imagens. Assim, a sociedade de consumo não deve ser vista apenas como a divulgadora de um materialismo dominante, pois ela também confronta as pessoas com imagens-sonho que falam de desejos e estetizam e fantasiam a realidade.” (Featherstone, 1995: 100).

Nas subculturas, a estetização da vida se materializa nos estilos. Os *punks* e *rastafaris* constituem tribos urbanas através do visual. *Punks* vestem roupas rasgadas e usam cabelos espetados; assim, se tornam reconhecíveis, demarcando também um distanciamento para uma sociedade contra a qual tentam resistir. Eles afirmam essa resistência através do consumo de imagens; por causa disso, a questão do consumo através do olhar, do imaginário, é primária e essencial.

A estratégia seguida pelos cinéfilos é apenas ligeiramente diferente. Cinéfilos também usam jargões específicos, freqüentam salas alternativas de cinema, bares e cineclubes. Eles praticam uma resistência cultural que está estreitamente ligada a um estilo de vida específico:

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

“O corpo, as roupas, o discurso, os entretenimentos de lazer, as preferências de comida e bebida, a casa, o carro, a opção de férias etc. de uma pessoa são vistos como indicadores da individualidade do gosto e o senso de estilo do proprietário/consumidor.”
(Featherstone, 1995: 119).

Através de uma ética do consumo, os cinéfilos são capazes de transformar o amor pelo cinema numa forma de sociabilidade. É verdade que, nos anos 80-90, a entrada em cena de novas variantes do jogo de forças culturais (a cultura *pop*, a *adullescência* – adultos que agem como adolescentes – e a internet) vai modificar substancialmente o perfil do cinéfilo clássico, bem como alterar todo o panorama multimidiático que se estrutura em torno da prática de ir ao cinema, incluindo as narrativas dos críticos. Mas essas alterações serão objeto de estudo do próximo capítulo.

“Nessas cidades pós-modernas, admite-se que as pessoas se dedicam a um complexo jogo de signos no ambiente edificado e na trama urbana. Os *flâneurs* urbanos contemporâneos celebram e jogam com a artificialidade, a aleatoriedade e a superficialidade da fantástica *mélange* de ficções e valores estranhos que podem ser descobertos nas modas e nas culturas populares urbanas. Argumenta-se ainda que isso representa um movimento para além do individualismo, com uma ênfase mais vigorosa na afetividade e empatia, um novo ‘paradigma estético’, no qual massas de pessoas se agregariam temporariamente em ‘tribos pós-modernas’ fluidas.”
(Featherstone, 1995: 45).

2.3 O Recife

O surgimento de uma cultura cinematográfica no Recife remonta ao ano de 1949. O reaparecimento da crítica nos seis jornais da época acontece de forma quase simultânea. Não se trata de um acontecimento isolado. A constituição de uma comunidade de cinéfilos demonstra, como indica Luciana Araújo (1997), a materialização de uma contra-esfera pública local destinada à consolidação dessa cultura do cinema.

Um passo fundamental é a criação de cineclubes, uma idéia importada da Europa. Os cineclubes são um espaço clássico e condição importante para a constituição de uma comunidade que aglutine amantes do cinema em uma categoria social. A cinefilia, portanto, dá seus primeiros passos no Recife logo no princípio da década de 50.

Em 1951, dois clubes de cinema são inaugurados na capital pernambucana. O primeiro é o Clube de Cinema do Recife, sob a direção do escritor Hermilo Borba Filho; o cineclube Vigilanti Cura vem a seguir, ampliando a experiência da exibição de filmes com a criação de um Círculo de Estudos. Escrevendo com freqüência a respeito dessa movimentação e incentivando-a constantemente, os cronistas da época desempenharam um papel importante na constituição dessa cultura.

“Quem explica o processo é José de Souza Alencar, numa crônica de 1951 (...). O interesse por encarar cinema ‘com mais seriedade’ e não como um ‘passatempo inconseqüente’ é detectado por satisfação por Ralph, que salienta a importância em se adquirir uma ‘cultura cinematográfica’, ‘pois o cinema já passou a fazer parte de nossos hábitos’”. (Araújo, 1997: 31).

A criação desses espaços envolve intelectuais e alunos de cursos como Direito e Filosofia; a maioria dos integrantes dos cineclubes é formada por jovens da primeira geração criada tendo o cinema como opção de entretenimento na infância (como é possível perceber pelas declarações de Alencar). O perfil do cineclubista recifense assemelha-se ao freqüentador dessas instituições na Europa e nos Estados Unidos.

O vínculo entre os cineclubes e a crítica de cinema do Recife é

comprovado quando se verifica que os dois principais críticos surgidos na década de 50 (que se tornariam os únicos críticos jornalísticos profissionais durante trinta anos) surgiram deles. Celso Marconi confessa que sua formação estética foi forjada a partir dos debates promovidos no Vigilanti Cura. Já Fernando Spencer exercia a função de repórter no *Diário de Pernambuco*, mas freqüentava os debates e ajudava a programar os filmes. Foi por causa desse contato que ele assumiu o papel de crítico.

Em Pernambuco, uma característica prossegue imutável pelas gerações seguintes: praticamente todos que escrevem sobre cinema nos jornais exercem outros tipos de atividades relacionadas à Sétima Arte. Além de incentivar os cineclubes, Spencer e Marconi organizavam festivais e debates, além de iniciar discussões sobre cinema nas próprias páginas dos jornais. O raciocínio também funciona no sentido inverso: por trás da consolidação da atividade de crítica cinematográfica no Recife, da década de 50, estavam os cineclubes, como reconhece Celso Marconi:

“Já houve um período – antes de 1960 – em que o cineclubismo tinha atuação objetiva. Na época funcionava o Cineclubes do Recife, que era liderado por José de Souza Alencar, Marcelo Pessoa, André Gustavo Carneiro Leão, e o cineclubes Vigilanti Cura, liderado por Lauro Oliveira, Valdir Coelho e Jomard Muniz de Britto (...). Me considero um produto do Vigilanti Cura, pois foi a partir dessas sessões que me interessei, realmente, para estudar a teoria cinematográfica.” (Marconi, 2000: 483).

O tom de nostalgia do texto de Marconi já permite antever as muitas tentativas empreendidas pelos críticos, no sentido de reativar o movimento cineclubista em Pernambuco. Particularmente durante a década de 70, quando o Recife viu um período fértil de produção cinematográfica, o Ciclo do Super Oito, os cinéfilos batalharam pela volta desse tipo de espaço (até mesmo para exibir os filmes aqui produzidos). Em 1970, Francisco Bandeira de Mello chegou a montar um cineclubes de porte, o Projeção 16, que fechou alguns meses depois, por falta de sócios que pagassem as mensalidades em dia.

Nos textos da coluna que assinava no JC, durante a década de 70,

Marconi voltou ao assunto, chamando a atenção para a necessidade da reorganização dessa atividade, a fim de reativar o potencial crítico da cinefilia. Num texto publicado em 17 de outubro de 1974, no *Jornal do Commercio*, ele explica o fracasso dos novos cineclubes:

“As cidades hoje possuem uma variedade enorme de opções: não é como antigamente, quando os jovens não tinham praticamente nenhuma diversão de nível cultural ao seu alcance (...) Para concorrer com as televisões e com os próprios circuitos comerciais do cinema, é preciso que um cineclubes seja bem estruturado; do contrário não terá, como não vem tendo nas suas tentativas, a menor possibilidade de sobrevivência.” (Marconi, 2000: 513-514).

É interessante perceber que os próprios críticos de cinema da época já tinham assimilado, inconscientemente, a lógica do cinema enquanto mercadoria. Se os primeiros cineclubes funcionavam com o objetivo de aglutinar os interessados na Sétima Arte, sem objetivos de lucro, na década de 70 a atividade já é encarada de forma comercial. O *Projeção 16*, por exemplo, cobrava mensalidades. Claro que o lucro não era prioridade desse tipo de empreendimento, mas a lógica de consumo do cinema comercial corroía o idealismo dos cineclubistas. Percebendo esse contra-senso, Marconi volta ao assunto, dois dias depois:

“O que me parece, no momento, mais positivo para reativar o cineclubismo no Recife seria a fundação de uma espécie de Clube de Cinema, que reunisse, sem maiores formalidades, o maior número possível de pessoas interessadas em estudar, debater, ver, fazer cinema. (...) o cineclubismo poderia ser até mesmo um grupo de pessoas que combinassem para debater determinado filme que estivesse sendo exibido no cinema ou mesmo na televisão.” (Marconi, 2000: 516-517).

Por trás do debate em torno dos cineclubes está o desejo de resistência cultural que uma subcultura é capaz de dar. Nesse sentido, pode-se interpretar o cineclubismo da década de 50 como o momento em que o potencial de resistência cultural da cinefilia melhor se desenvolveu no Recife. Esse movimento é importante para a história da crítica local quando examinamos o contexto que se desenvolveu a partir dele. Os

cineclubes não foram fundamentais apenas na formação dos críticos, mas ajudaram a consolidar a cultura do cinema, traduzida mais à frente na resistência exercida pelo Ciclo de Super Oito, nos anos 70.

Contudo, se os frutos dos cineclubes rendem tanto historicamente, como explicar a decadência e o desaparecimento da atividade no Recife? Para começar, é preciso contextualizar a situação política do Brasil na época: a ditadura militar pós-1964 jogou a atividade na clandestinidade. Além disso, a própria conjuntura cultural desfavorecia os cineclubes.

As produções dos EUA dominavam o circuito exibidor, favorecendo o desenvolvimento de consumidores passivos. Diana Barbosa e Luiz Herrisson (1995:24) afirmam que 50,42% dos filmes exibidos no Recife, entre as décadas de 50 e 70, eram de origem norte-americana: a cultura do *blockbuster* dominava as salas de projeção. Celso Marconi aponta outros fatores para a crise do cineclubismo, como a competição do cinema com a televisão. Além de contribuir para a formação dos críticos, os cineclubes também ajudam a formar um público leitor específico. Percebendo a existência de uma forte cultura do cinema, os jornais abriam espaço para que os cronistas pudessem escrever sobre cinema.

“Durante as duas décadas pesquisadas [anos 50 e 60], os cronistas mantinham uma coluna diária sobre cinema (...), podendo também ter uma página inteira aos domingos. Esses espaços eram preenchidos, geralmente, com textos sobre filmes, que iam desde as sinopses até as críticas. Havia também as matérias dedicadas às novas produções, filmagens pernambucanas ou brasileiras e artigos teóricos.” (Barbosa e Herrisson, 1995: 16).

Segundo Luciana Araújo (1997), o espaço jornalístico do cinema, dentro das seções de artes e espetáculos, cresceu bastante durante a década de 50. É preciso observar, contudo, que o lugar da crítica dentro desse espaço já parece secundário. Aos domingos, por exemplo, as páginas de cinema publicam *releases* e textos publicitários. Com o *status* de formador de opinião garantido, o crítico tem lugar certo nas páginas dos jornais do Recife, mas sem destaque editorial. Esse fenômeno espelha a mesma situação da crítica de cinema nas grandes metrópoles:

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

o lugar do cinema, nos suplementos culturais, é secundário. Em primeiro plano, ganham destaque a literatura e as artes plásticas – formas de alta cultura. O Pequeno Divisor também dá as caras no jornalismo.

No fim da década de 60, os veículos de comunicação impressos passaram por séria crise no Recife. Em parte, isso pode ser explicado pelas circunstâncias políticas da ditadura militar. A atividade jornalística foi uma das primeiras a sofrer restrições políticas. Como historicamente os jornais sempre sustentaram projetos políticos, esvaziados a partir da ausência de eleições diretas, os periódicos do Recife começaram a desaparecer. No final da década de 60, somente o *Diário de Pernambuco* e o *Jornal do Commercio* continuam funcionando.

A indústria de exibição local também espelha a crise dos jornais. Em 1962, como vimos no primeiro capítulo, o Recife contava com 62 salas de projeção; em 1968, o número já baixou para 26 salas (Marconi, 2000:318). Uma explicação para a crise do cinema, bem como para o problema enfrentado pelos jornais, parece estar na concorrência com a televisão. O público ganha acesso a filmes e notícias sem pagar.

Esses fatores provocam uma diminuição radical no número de críticos. Na entrada da década de 60, somente há três críticos regulares no Recife: Fernando Spencer (*Diário de Pernambuco*), José de Souza Alencar e Celso Marconi (*Jornal do Commercio*). Colaboradores esporádicos se juntam a eles, sendo Jomard Muniz de Britto (colega de Marconi no cineclube Vigilanti Cura) o mais regular. Mas Alencar abandona os comentários sobre cinema, em 1966, para exercer a função de colunista social do *Jornal do Commercio*. A partir desse ano, então, Celso Marconi (no JC) e Fernando Spencer (no DP) monopolizam a crítica de cinema nos jornais do Recife. Esse monopólio vai atravessar uma série de circunstâncias históricas peculiares e durar até 1989.

Ao lado dos dois, alguns nomes exercem esse ofício de forma esporádica, a título de colaboração. Em geral, são cinéfilos que escrevem críticas de forma esparsa. Alguns nomes merecem menção especial, como Geneton Moraes Neto e Paulo Fernando Craveiro (cuja coluna no *Diário de*

Pernambuco inclui comentários sobre filmes).

O exercício da crítica de cinema de forma esporádica sempre foi, desde os anos 50, um fenômeno importante. Dos 40 nomes catalogados por Luciana Araújo que assinaram críticas no período, apenas 14 o faziam com regularidade. Um amplo universo de cronistas, responsável por mais de 50% de toda a produção da crítica entre os anos 50-70 (Barbosa e Herrisson, 1995), exercia a atividade eventualmente. Esse fato vai se repetir também nas fases seguintes da crítica, até a atualidade.

Contudo, mesmo com o aparecimento bissexto de Jomard Muniz de Britto, Geneton Moraes Neto e outros, o panorama da crítica de Pernambuco nos anos 70-80 foi inteiramente dominado por Marconi e Spencer. A posição da dupla no jornalismo local permaneceu inabalável, mesmo diante de todas as modificações que o trinômio cinema X jornalismo X crítica enfrentou no período.

Uma dessas mudanças foi o mais intenso movimento de produção de filmes que o Estado conheceu, o Ciclo do Super Oito, que durou de 1973 a 1983 (Figueirôa, 2000). Nessa época, os cinéfilos do Estado se transformaram em cineastas, aproveitando as facilidades trazidas pelo equipamento leve, que permitia filmar na bitola de oito milímetros com boa qualidade e facilidade de locomoção. Eles não debatiam os filmes que chegavam ao Recife: faziam e discutiam suas próprias obras.

“Esse cinema não causou nenhuma revolução no cinema brasileiro, mas realizou, através da câmera de Super Oito, o registro poético do nosso imaginário cotidiano. Em cerca de 200 filmes, entre curtas, médias e longa-metragens, os amantes da sétima luz percorreram as ruas do Recife e as regiões rurais do Estado com seus olhos-câmeras, cheios de idéias e de sonhos e não deixaram escapar nada: vaqueiros, caboclinhos, maracatus, as inefáveis pontes e rios, a avenida Guararapes, o Morro da Conceição, o velho cinema Glória, tropicalistas, Jota Soares, Alceu Valença, Gilberto Freyre e Gregório Bezerra.” (Figueirôa, 1994: 19).

A febril produção relegou a segundo plano o papel exercido pelos cineclubes e pela própria crítica. A resistência cultural estava sendo feita

com uma câmera na mão e uma idéia na cabeça. Os críticos atiraram-se eles mesmos à produção dos filmes. Tanto Spencer quanto Marconi realizaram curtas-metragens no período. Críticos episódicos, como Geneton Moraes Neto e Jomard Muniz de Britto, fizeram o mesmo.

Foram organizadas inúmeras mostras e festivais de filmes, que de tempos em tempos chegaram a ser exibidos inclusive nas salas mais nobres da cidade, como o Cine Veneza. Os realizadores chegaram mesmo a ter uma representação constituída, através do Grupo de Cinema Super Oito, uma entidade de apoio à produção de filmes locais, fundada em 1976. Marconi e Spencer faziam parte da instituição (Figueirôa, 1997). Os dois registraram fartamente, nos dois jornais do Recife, todo o movimento em torno do cinema marginal que era produzido na região.

O ciclo superoitista, contudo, foi esmaecendo com o tempo. Em 1983, com a abertura política, a função de resistência cultural – o caráter que aproxima mais fortemente o Ciclo do Super Oito de uma postura de subcultura organizada – ficou comprometida. A chegada do videocassete, as novas tecnologias de comunicação de massa e o caráter marginal da atividade acabaram por decretar a falência do movimento. No Recife, esse é o momento, já nos anos 80, em que a crise da crítica jornalística de cinema, vivida ao redor do mundo, passa a ser sentida.

De qualquer forma, os dois jornais diários do Recife passavam por dificuldades financeiras. Esse problema encobriu as circunstâncias específicas que modificaram a indústria do cinema como um todo. Na mesma época em que a ditadura militar desaparecia, o mercado de videocassetes invadia o Brasil, provocando uma onda de conseqüências que incluiu a diminuição drástica do público nas salas de projeção.

Além disso, a televisão oferecia um cardápio de filmes que podiam ser vistos em casa. Mas as mudanças políticas e tecnológicas que ocorreram nos anos 80 não mudaram a forma como a crítica de cinema era sendo exercida nos jornais. Spencer e Marconi continuavam no batente. Na saudável rivalidade que a dupla estabeleceu (eles chegaram a dirigir, juntos, o curta-metragem *Bajado – Um Artista de Olinda*, em

1974), é possível perceber os contornos das duas correntes da crítica de cinema, como percebe o escritor e cineasta Fernando Monteiro:

“Quando me iniciei no cinema – no final da década de 60 – havia uma clara linha demarcatória na ‘crônica cinematográfica’ recifense: no *Diário de Pernambuco*, quase sempre a visão sentimental como fundo (e Hollywood como norma e paradigma). No *Jornal do Commercio*, Celso Marconi como o antípoda total disso, o contra-ingênuo por excelência, bem ‘antelado’ para anunciar a modernidade do cinema de Godard e a emergência dos baianos, nos tempos em que o Tropicalismo despontava em meio à repressão política.” (Monteiro in Marconi, 2000: 12).

Celso Marconi define a própria atuação no jornalismo cultural como um ato de “militância política” (Barbosa e Herrisson, 1995:66). Essa declaração demonstra que sua análise fílmica enveredava pelo caminho da ideologia. Marconi começou a escrever sobre cinema em 1956, trabalhando em dois jornais tidos como esquerdistas, a *Folha do Povo* e a *Última Hora*. Só depois passou ao *Jornal do Commercio*, onde ficaria até 1989. Marconi se encaixa perfeitamente ao perfil da crítica artística.

“Seu modo de escrever era, geralmente, subordinado às teorias políticas. Sua principal bandeira era a análise do filme sob o viés ideológico/social, que previa a defesa das cinematografias socialistas e demais países do Terceiro Mundo e o conseqüente ataque ferrenho ao convencionalismo no cinema, representado geralmente pelos filmes hollywoodianos ou pelas chanchadas nacionais.” (Barbosa e Herrisson, 1995: 66).

Já Fernando Spencer tinha um perfil diferente. Atuando como repórter no DP, ele passou à crítica em 1959. Exerceu a atividade até 1997. Spencer escrevia textos curtos, em estilo contrário às longas críticas de Marconi. Suas páginas de cinema, em geral, eram abertas com um texto mais longo – às vezes uma resenha de filme, outras vezes uma notícia ou comentário – e traziam na seqüência diversas notas curtas.

“Spencer não se define exatamente como crítico, mas como um jornalista cinematográfico, um comentarista, privilegiando, em seus textos, a informação. Notícias sobre os rendimentos dos

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

filmes, a quantidade de cinemas das várias capitais do país, os filmes que estavam sendo rodados tinham espaço garantido nas colunas do crítico-cineasta.” (Barbosa e Herrisson, 1995: 70).

O espaço que a crítica de cinema recebia nos jornais recifenses, nessa época, era farto. Os dois críticos tinham colunas diárias e autonomia para criar a própria pauta. Eles travavam longos debates nas páginas dos jornais, se citavam e também se referiam aos superoitistas, demonstrando uma característica ressaltada por Haberski Jr. (2001) como importante para o declínio da crítica: escreviam mais para si mesmos (ou para os cinéfilos) e menos para o leitor médio.

A partir da década de 80, o panorama sociocultural do Brasil mudou inteiramente. A lógica de consumo da pós-modernidade, antes insinuada, tornou-se realidade. As circunstâncias do Recife, como já vimos, abafaram o panorama de crise global da crítica, mas essa crise acabou por interferir na posição que ambos ocupavam dentro dos jornais.

“O capitalismo transnacional transforma não apenas as instâncias da produção material, como também a superestrutura. A cultura brasileira inicia efetivamente nos anos 80 um processo de internacionalização totalmente diferente dos ideais libertários do internacionalismo socialista e combativo proposto nos anos 60. Este processo está totalmente condicionado pelo desenvolvimento da indústria cultural de acordo com o modelo norte-americano, na qual já inexistia uma divisão muito clara entre cultura de massa, cultura popular e cultura de elite. Nessa equação cultural, o elemento mais importante torna-se o mercado: tudo é passível de compra e venda, desde objetos materiais a olhares, idéias e imagens.” (Prysthon, 2002: 106).

Algumas das conseqüências da chegada desse capitalismo transnacional são a invasão do videocassete (a introdução frenética de novas tecnologias de comunicação é um dos pilares centrais dessa lógica pós-moderna) e uma reestruturação radical no jornalismo. É a partir daí que começa a se exacerbar o antigo modelo de lógica cultural, na direção de algo que costumamos chamar de cultura *pop*. A *cultura pop* é o elemento que materializa a crise da crítica de cinema no Recife.

3. A cultura *pop*: anos 80-90

3.1 Manuais de redação e a crítica-ícone

A origem da expressão 'cultura *pop*' está na década de 40, a partir do aparecimento da arte de Andy Warhol. Com ele, objetos banais, de uso cotidiano, começaram a ganhar cunho artístico. A *Pop Art*, ao atribuir significados diferentes aos signos/mercadorias que consumimos no dia a dia, personificava o pós-modernismo como estilo de vida. Não é coincidência o fato de que Andy Warhol e a *Pop Art* emergem nos Estados Unidos. Se a cultura a tudo engloba, parece lógico que a produção cultural dos EUA torne-se hegemônica. A cultura do *blockbuster* e a lógica de consumo dos filmes são bons exemplos dessa hegemonia cultural.

Embora as expressões socioculturais associadas à pós-modernidade possam ser percebidas desde a década de 50, é a partir dos anos 70 que elas se tornam evidentes. Na América Latina, isso ocorre mais tarde; só na década de 80 é que a lógica de consumo pós-moderna aparece no Brasil. Essa cultura globalizada encontra um terreno fértil para se desenvolver, devido à abertura política que ocorre nos primeiros anos da década. A nova economia está fundada no consumo da cultura *pop*.

"Há, a partir dos anos 80 no Brasil, uma espécie de retorno aos valores de imitação cultural (...): substituiu-se gradualmente a cultura engajada e internacionalista dos anos 60 e 70 pela adesão ao mercado e pela constante cópia dos modelos do Primeiro Mundo. Nesse momento, porém, não vai ser a França (...) ou a cultura européia como um todo que vão ser tomadas como referências máximas. E sim os Estados Unidos, que passam de alvo de contestação (...) a modelo cultural principal da classe média letrada brasileira." (Prython, 2002: 104).

Os valores culturais (importados dos EUA) que chegam ao Brasil são adaptados às circunstâncias nacionais, pela elite intelectual do país, de forma a gerar um modelo híbrido que podemos chamar de cultura *pop* nacional. Boa parte dessa invasão cultural está fundada em tecnologias

ligadas à informação e à comunicação. Dela fazem parte o aparecimento do videocassete e também o processo de remodelação dos jornais brasileiros, que abraçam o modelo do 'jornalismo de serviço'.

Esse tipo de jornalismo prioriza notícias curtas, deixando como dados secundários as análises e reflexões sobre os temas abordados. O 'jornalismo de serviço' parte do pressuposto de que o leitor dedica pouco tempo diário à leitura dos jornais e, portanto, deve ser informado resumidamente das principais notícias. O *lead* vira um resumo da notícia.

A busca pelo 'furo' faz com que os jornais muitas vezes releguem a segundo plano a apuração e a checagem rigorosa das notícias. A velocidade com que a informação precisa chegar ao leitor dita o ritmo de trabalho nas redações. Tudo isso remete à idéia de compressão do espaço e do tempo (Harvey, 1989), dado fundamental para compreender a pós-modernidade (e tema que será explorado no capítulo a seguir).

No Brasil, essa reestruturação dos jornais encontra exemplo perfeito na *Folha de São Paulo*. Jornal progressista, a *Folha* fez do apoio ao movimento pelas eleições diretas, em 1984, um trampolim rumo a uma liderança mercadológica e intelectual, consolidada através de uma política editorial agressiva e de um projeto gráfico inspirado no *USA Today*. A *Folha* se transformava no primeiro jornal brasileiro a seguir o rumo (padronizado, repita-se) que o jornalismo mundial estava tomando.

O espaço dedicado à cultura na *Folha*, que em anos anteriores já era generoso, foi se tornando cada vez mais farto. Atualmente, segundo Cassiano Elek Machado (*Folha de São Paulo*, 2001), a *Folha* chega a publicar, juntando-se as páginas da *Ilustrada*, do *Mais!* e do mensal *Jornal de Resenhas*, cem páginas dedicadas à cultura por semana. Entre os anos 70 e a década seguinte, porém, muita coisa mudou. O conteúdo dos jornais publicados no Brasil sofreu alterações drásticas. Uma das diferenças mais marcantes foi o declínio das narrativas opinativas. Esse tipo de texto (dentro do qual se incluem as críticas) vinha perdendo espaço, mas a partir dos anos 80 tornou-se quase desprezado.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

A *Ilustrada* e seus 'filhotes' abrem espaço para textos curtos, que priorizam a notícia objetiva (*hard news*). Essa foi uma estratégia que buscou espelhar nas páginas dos cadernos de cultura as transformações trazidas pelo advento da cultura *pop* em versão latino-americana:

"Tanto o Folhetim quanto sua irmã mais velha e diária, a *Ilustrada* (...), passam a tratar da cultura como um mercado." (Elek Machado, *Folha de São Paulo*, 2001).

O rival conservador da *Folha*, *O Estado de São Paulo*, não demorou a realizar sua reforma editorial, lançando um caderno 'de variedades', o Caderno Dois, em abril de 1986 (Prysthon, 2002), e admitindo implicitamente a hegemonia do jornalismo praticado pela *Folha*.

"Com a industrialização e a padronização da imprensa, a maior parte do jornalismo cultural dos jornais diários e das revistas semanais passou por um processo de simplificação, muito contaminado por lógicas de promoção comercial, principalmente depois da década de 1970. Os cadernos culturais dos jornais (...) freqüentemente são 'agendados' pelos lançamentos e eventos promovidos pelos conglomerados multinacionais de comunicação, tais como estréias mundiais de filmes, premiações de Oscar, Grammy, temporadas de shows e demais promoções planetárias. As críticas de cinema são reunidas numa espécie de guia de consulta rápida, com uma mini-resenha e uma classificação taxativa." (Buitoni in Martins [org.], 2000b: 64).

É importante perceber que o vocábulo 'cultura' desaparece das denominações que se criam para descrever esse tipo de suplemento. No lugar de 'cultura', os jornalistas usam 'variedades' ou expressões do tipo 'artes e espetáculos'. Não existem mais 'cadernos de cultura', mas 'suplementos de variedades'. Essa parece ser uma nova forma de ressurgimento do Pequeno Divisor: os jornais admitem que tratam a cultura não mais como arte, mas como entretenimento, estabelecendo assim uma distinção entre ambos (e, curiosamente, o cinema só começa a ter o espaço ampliado nesses cadernos de cultura a partir desse momento, o que demonstra a resistência geral, ainda nos anos 80, em se considerar o cinema como arte).

É possível afirmar que a *Folha* assume, no Brasil, uma posição de vanguarda não apenas jornalística, mas também intelectual. De fato, o jornal (e a *Ilustrada* em particular) procura exercer o papel de 'lançador de modas'. A consolidação de uma indústria cultural brasileira está associada a esse projeto jornalístico conduzido pela *Folha de São Paulo* e levado a cabo, de forma padronizada, pelos demais periódicos.

Em Pernambuco, o *Jornal do Commercio* adequou-se ao 'novo jornalismo' já em 1987, com a adoção de um projeto gráfico e editorial que privilegiava fotos, gráficos e textos curtos. Na época, o periódico estava saindo de uma grande crise financeira. Comprado por um grande empresário da região, o jornal rejuvenesceu os quadros, além de ter elaborado um projeto para realizar, no Recife, a mesma manobra política feita pela *Folha de São Paulo*, com o objetivo de roubar a parcela de leitores mais progressista do rival hegemônico, o *Diário de Pernambuco*. Para isso, copiou os parâmetros gráficos e editoriais do jornal paulista.

Exercendo na época uma posição de liderança publicitária, o *Diário de Pernambuco* resistiu à onda de mudanças durante mais tempo. Talvez por causa disso, perdeu lentamente a posição que exercia no mercado local, sendo ultrapassado em vendas pelo JC em 1994, e entrou em crise financeira grave, que obrigou o grupo dos Associados, que tem o controle acionário da empresa, a realizar duas operações bancárias de risco, em 1994 e 1997, para captar recursos.

O primeiro projeto gráfico do *Diário* só foi efetuado em 1995, e modificou sensivelmente o padrão e o conteúdo do jornal, no sentido originalmente proposto pela *Folha*, mas com inspiração mais evidente no *O Estado de São Paulo* (que, embora seguisse graficamente o modelo francês de edição, com menos espaços brancos nas páginas, também recorreu ao 'jornalismo de serviço' para contornar a crise). Em resumo, o padrão de jornalismo praticado no DP e no JC tornou-se bastante similar.

Percebe-se, então, que o padrão de jornalismo segue a lógica pós-moderna de consumo: ele é homogêneo, é padronizado no mundo inteiro. O global e o local se fundem num só produto. Jornais tão parecidos só são

possíveis, de fato, porque o debate da sociedade a respeito da função dos jornais já se dissolveu; à esfera pública clássica, em crise, se contrapõe uma indústria cultural poderosa, responsável inclusive pelo agendamento e pela padronização das narrativas da crítica.

A entrada da cultura *pop* no jogo de forças que constrói as dinâmicas sociais, nos anos 80, modifica bastante o jornalismo cultural praticado no Brasil. A partir da *Folha de São Paulo*, a pauta cultural começa a atrelar o noticiário ao padrão do jornalismo das demais seções dos jornais, onde as manchetes são mais 'duras' (*hard news*). As narrativas descritivas impõem-se diante dos textos opinativos.

"Essa segregação reproduz uma política que há muito tempo vem sendo seguida no jornal como um todo (...): distinguir, com mais clareza do que se fazia há vinte anos, o que é notícia e o que é opinião. Assim, no jornal, a notícia é mais ou menos neutra, e o editorial, o comentário. Por isso, nos cadernos culturais, há 'notícia' e 'crítica'." (Coelho in Martins (org.), 2000a: 90).

Antes tida como a notícia em si, a crítica passou a ser apenas parte dela (inicialmente, uma parte importante); da década de 70 em diante, a crítica virou um complemento da notícia. Algo secundário. O padrão de jornalismo estabelecido pela *Folha de São Paulo* atualizou essa lógica de consumo – a notícia como mercadoria – para o Brasil.

Para os jornalistas, essa separação entre notícia e crítica é tornada evidente já a partir do uso da linguagem, enquadrada em regras muito rígidas que os jornais utilizam para padronizar seus textos. A versão mais recente do *Manual de Redação da Folha* (2001) reserva 105 páginas com regras e verbetes que têm como objetivo a padronização das narrativas.

Algumas dessas regras ilustram a exigência em busca de um padrão textual: os textos precisam ser formados por frases curtas, com orações que devem estar sempre em ordem direta (sujeito/verbo). Personagens da notícia devem ser identificados por cargo, profissão e idade. Os depoimentos vêm sempre entre aspas e devem ser usados de forma econômica. Gírias são proibidas. Essa seção do Manual de Redação tem cerca de 300 verbetes e se chama exatamente *Padronização e Estilo*.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Os manuais de redação são o exemplo mais óbvio da maneira como a padronização das narrativas vai seguindo seu caminho dentro dos jornais. A existência deles funciona como ponto importante para explicar a homogeneidade das narrativas produzidas pelos críticos, uma vez que também eles são obrigados a abrir mão de estilos pessoais, em prol da padronização. Por causa dos manuais, os jornalistas costumam receber com frequência observações de leitores dizendo que os textos de todo um jornal, atualmente, parecem ser escritos por uma única pessoa.

De fato, os próprios manuais de redação tratam de separar a crítica, a notícia e a reportagem como categorias distintas de tratamento da informação. São os chamados gêneros jornalísticos. O *Manual de Redação da Folha* identifica nove categorias e estabelece que cada tipo de narrativa deve receber tratamento editorial e gráfico específico. Vale a pena reproduzir alguns trechos do verbete 'gêneros jornalísticos':

"*Crítica*: avalia trabalho artístico, acadêmico ou desempenho esportivo e é sempre assinada. (...) *Notícia*: relatava a informação da maneira mais objetiva possível; raramente é assinada. *Reportagem*: traz informações mais detalhadas sobre notícias, interpretando os fatos; é assinada quando tem informação exclusiva ou se destaca pelo estilo ou pela análise." (*Manual de Redação da Folha*, 2001: 71-72).

A separação entre notícia e crítica obedece a um critério monocórdico de hegemonia da primeira. A edição consiste em 'quebrar' a leitura em pequenos pedaços de texto, para possibilitar a escolha daquilo que se vai ler. A informação visual – fotos e infográficos – é privilegiada. Qualquer reportagem na *Folha* é sempre fragmentada em blocos. Para exemplificar o projeto gráfico da *Folha*, basta examinar uma hipotética reportagem sobre um filme. O bloco principal, a manchete, jamais é a crítica do filme. A manchete é uma descrição objetiva do filme em questão, com observações sobre os bastidores das filmagens. Às vezes, a 'retranca' principal inclui uma entrevista com o diretor responsável pela obra ou com atores que dela participam. A análise do especialista vem num bloco em separado, denominado simplesmente 'crítica'.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Essa 'retranca' tem outra peculiaridade: é encerrada sempre com sinais gráficos que emulam uma escala de notas (variando de 1 a 5, ou de 1 a 10). Esse tipo de crítica simplificada é a crítica-ícone. O uso de sinais para resumir a crítica cultural nos jornais e revistas é mais uma novidade agregada aos veículos impressos de comunicação brasileiros nos anos 80.

Depois que a *Folha de São Paulo* começa a adotar a crítica-ícone, os demais jornais e revistas não demoram a imitar a estratégia. Variam apenas os símbolos gráficos em questão: na *Folha* a nota é dada em número de estrelas. Em *O Globo*, um bonequinho reproduz a reação do crítico à obra (dormir, ficar atento, aplaudir de pé). Outros jornais e revistas optam por um termômetro (cuja temperatura sobe ou desce, de acordo com a excelência do filme). Alguns jornais simplesmente atribuem à obra uma nota, à maneira das escolas primárias.

A explicação para a disseminação desse tipo de estratégia não é difícil. Além da irresistível tendência à padronização e à simplificação, os periódicos decidem adotar símbolos gráficos seguindo um critério comum na escola de jornalismo da *Folha de São Paulo*: a crença na idéia que o leitor contemporâneo não tem mais tempo para ler as notícias por inteiro.

Algumas estatísticas confirmam essa premissa. Em 2001, por exemplo, a direção do *New York Times* fez uma pesquisa e descobriu que os leitores mais fiéis, aqueles que compravam o jornal todos os dias, só liam 10% das notícias (Noblat, 2002: 15). A utilização de conceitos gráficos, pois, atende a duas demandas do jornalismo que podemos chamar de pós-moderno: o uso de ilustrações como forma de transmitir informações e uma maneira mais rápida para narrar uma notícia.

A partir da utilização dessa estratégia, os comentários do crítico cultural dentro dos jornais tornam-se ainda mais secundários. Afinal, o leitor sequer precisa se dar ao trabalho de ler os comentários; ele pode se contentar em olhar a nota que o especialista deu à obra de arte (cada vez mais transformada, a partir desse tipo de simplificação, em mercadoria de consumo). Marcelo Coelho aponta um paradoxo interessante, que enriquece essa discussão com novos dados, ao analisar o projeto gráfico

da *Folha*. Ele revela que, depois de ser separada da narrativa da crítica e ganhar autonomia em 'retrancas' textuais, a notícia (aqui encarada como gênero jornalístico) sobre os assuntos culturais ganhou mais espaço editorial dentro dos jornais. Ocorre que essa separação, feita com o objetivo de isolar o fato e torná-lo, assim, pretensamente imparcial, acaba justamente por perder a neutralidade e tornar-se propagada, mero *marketing*, na medida em que se abre um espaço generoso para se falar de um filme discutindo-se apenas aspectos secundários de produção.

"Surge, então, uma outra distorção: supostamente, estávamos dando esse destaque todo porque é do 'interesse do público'. Porém, terminamos atendendo, na verdade, ao interesse do mercado." (Coelho in Martins [org.], 2000a: 90).

Para Marcelo Coelho, o espaço que determinados filmes vão ganhar num caderno cultural é determinado pelo mercado, e não pelo interesse genuíno do público. É por isso que produções hollywoodianas – a cultura do *blockbuster* – domina tanto a pauta dos jornais quanto o circuito de exibição de filmes. Sendo assim, as informações presentes no que chamamos de crítica ligeira (orçamentos, bilheterias, salários de atores) servem como justificativa para explicar porque filmes como *Star Wars* recebem tanto espaço da mídia impressa.

É possível afirmar, então, que a padronização gráfica e editorial da crítica dentro dos jornais (através dos 'quadrinhos') e a simultânea homogeneização da linguagem utilizada pelos críticos (o estilo comum a todos os textos, exigido pelos manuais de redação) forçam a instituição de discursos muito parecidos para a crítica – e para o jornalismo cultural como um todo. Além disso, a crítica-ícone atua como mais um vértice do jogo de forças que empurra o discurso da crítica rumo a uma padronização cada vez maior. São várias as facetas da crise.

3.2 Cultura jovem

A consolidação da estratégia da crítica-ícone dentro dos jornais, a partir dos anos 80, tem óbvia ligação com o baixo índice de leitura dos jornais. Mas parece claro, também, que essa leitura precária dos veículos de informação impressos está associada a uma crise mais ampla da leitura. Todos sabemos que as gerações mais novas lêem pouco. O avanço de meios de comunicação de linguagem não-escrita (o rádio, o cinema e a televisão) merece crédito especial por essa desvalorização da leitura, que ocorreu na segunda metade do século XX (ou seja, exatamente o período do avanço da pós-modernidade).

Há uma contradição quando se contrapõe esse raciocínio ao fenômeno do aumento de circulação dos jornais brasileiros, durante os anos 80. Ora, as pessoas lêem menos, como se explica que os periódicos nacionais tenham aumentado tanto suas vendas? Basta lembrar a trajetória da *Folha de São Paulo*, cuja circulação cresceu durante a década de 90 e atingiu 500 mil exemplares vendidos aos domingos.

A resposta pode estar numa mudança importante do uso que se faz dos jornais atualmente. Dentro das redações, é fato corrente que as matérias importantes (as manchetes) só são lidas por 20% dos leitores. Em geral, o leitor-padrão contemporâneo não lê todo o conteúdo do jornal. Ele lê títulos, legendas e infográficos, além de verificar as páginas de serviço (nos cadernos culturais, programações das TVs e cinemas). Cada leitor seleciona poucas notícias para ler de fato.

Duas hipóteses explicam a aparente contradição que representa o aumento da circulação dos jornais e na simultânea diminuição dos índices de leitura. A primeira é que, a partir do início dos anos 90, os periódicos diários começaram a utilizar uma estratégia de *marketing* para criar uma demanda artificial pelo produto 'jornal', agregando a ele objetos de consumo mais atraentes: discos, filmes, livros, enciclopédias. A utilização agressiva desse tipo de *marketing* foi, mais uma vez, inaugurada no

Brasil pela *Folha de São Paulo*. Os leitores não compram mais o jornal como produto primário; eles estão interessados no suposto 'brinde'.

A segunda hipótese está na própria lógica do 'jornalismo de serviço'. O avanço desse modelo jornalístico transformou o jornal num guia de consulta. Os jornais não são mais feitos para serem lidos por inteiro – são feitos para serem consultados apressadamente.

Esses fatores explicam porque a crítica vai sendo empurrada para um lugar cada vez mais secundário. A existência da crítica-ícone, por sua vez, ilustra os ajustes editoriais necessários para realizar a transformação do gênero jornalístico que se ocupa da crítica cultural em uma narrativa adaptada à lógica do 'guia de consulta'. As estrelinhas, termômetros ou bonequinhos batendo palmas exemplificam um típico de crítica que, a rigor, nem sequer critica; apenas indica a opinião do crítico, apresenta ao leitor uma sugestão de consumo, do tipo 'vá' ou 'não vá' ao cinema.

Ainda há outro fator importante a ser considerado, que reforça o mapa de transformações que acontece no panorama do jornalismo (e, por conseguinte, da crítica de cinema): trata-se do predomínio da juventude como categoria de consumo sociocultural, um fato estreitamente associado à emergência da pós-modernidade.

A transformação da *Ilustrada*, da *Folha*, em ícone da pós-modernidade brasileira surge, na década de 80, como expressão dessa ascendência do jovem à categoria hegemônica de consumo cultural. Onde há demanda, afinal, há oferta. Se a juventude compra mais, domina o consumo cultural, é preciso criar produtos (jornalísticos ou não) para eles.

"Aliás, foi esse tipo de imprensa cultural que conferiu a importância devida ao estilo (um estilo especial: jovem, pós-moderno, *high tech*) na linguagem jornalística. O novo jornalismo brasileiro dos 80 viabilizou o surgimento de dois procedimentos básicos na linguagem da crítica cultural: uma maior coloquialização e, paradoxalmente, uma maior sofisticação, através de códigos cada vez mais cifrados (o código da música *pop* e seus subcódigos, o código dos *cult movies*, o código das artes plásticas...)" (Prythton, 2002: 109).

A mesma lógica explica as modificações que a indústria do cinema vem sofrendo, desde a década de 70. A consolidação do *blockbuster* tem tudo a ver com o aparecimento do jovem no mapa de consumo cultural. A expansão econômica que esse tipo de filme experimenta nos anos 80-90 ilustra o crescimento da importância dessa categoria juvenil na sociedade ocidental. Basta dar uma olhada nos filmes que lançam o conceito do *blockbuster*: *Tubarão* (1976) e *Star Wars – Guerra nas Estrelas* (1977).

A estética desse tipo de filme sofre pequenas alterações ao longo das duas décadas seguintes, mas é possível dizer que os *blockbusters* atualizam antigos arquétipos (o herói, a donzela) e dicotomias (mocinhos/bandidos) de Hollywood para um cenário de cultura *pop*, com protagonistas jovens e referências multimídias (histórias em quadrinhos, seriados de TV). A platéia do *blockbuster*, também jovem, perfaz o perfil do leitor dos jornais brasileiros na década seguinte.

Para traçar a trajetória do poder adolescente no Ocidente, contudo, é preciso retornar brevemente à década de 50 – não por coincidência, a mesma época em que a pós-modernidade enquanto lógica cultural do capitalismo (Jameson, 1991) floresce. Os anos 50 são o momento do século XX em que a juventude passa a ser percebida socialmente.

A explosão do rock'n'roll (como música e, mais importante, como código comportamental, traduzido nas roupas, gírias, penteados e na atitude rebelde), as acelerações dos ciclos da moda e o avanço da cultura das celebridades com rosto angelical (Elvis Presley, James Dean) manifestam o momento histórico em que a juventude é revestida de voz social. A partir de então, o jovem ganha importância social, na medida em que começa a exercer um consumo personalizado e cria uma demanda cultural. Os adolescentes não são esquecidos pelo mercado (e as próprias estratégias mercadológicas de prolongamento dessa juventude vão, duas ou três décadas mais tarde, alterar profundamente o significado social da adolescência e criar uma nova categoria, o 'adultescente', como veremos logo à frente).

Os adolescentes formam, nos Estados Unidos da década de 50, um grupo social que Hebdige (1979) mais tarde chamaria de subcultura. Trata-se, aliás, de um subgrupo diferente dos cinéfilos, mas que compartilha com eles algumas características socioculturais. O crescimento da importância do estilo como forma de comunicar uma condição social e uma função de resistência, exercida através de práticas de consumo diferenciadas, podem ser percebidos nos dois grupos.

O estilo passa a ser adotado, na sociedade pós-moderna, como forma de comunicar diferenças e semelhanças culturais. Dentro dessa ótica, pode-se apontar as comunidades de cinéfilos e adolescentes como tentativas de resistência cultural, a partir da constituição de espaços discursivos localizados – as contra-esferas públicas. Alguns segmentos da sociedade, ao que parece, tentam reagir à dissolução da esfera pública clássica, organizando formas não verbais (e curiosamente ligadas à própria indústria cultural, como a moda) para reerguer um debate.

“O advento da *mass media*, as mudanças na composição da família, na organização da escola e do trabalho, os deslocamentos no *status* relativo do trabalho e do lazer, tudo isso serviu para fragmentar e polarizar a comunidade operária, produzindo uma série de discursos marginais dentro das fronteiras da experiência de classe. O desenvolvimento da cultura jovem deveria ser visto como parte desse processo de polarização.” (Hebdige, 1979: 72).

Hebdige, contudo, está interessado em observar os processos que vão interferir nas construções contra-hegemônicas da cultura jovem nos anos 70. Para isso, ele dedica atenção aos adolescentes das classes operárias. Não é o caso aqui; o foco de interesse desta seção é mostrar como os discursos contraculturais produzidos pela juventude foram sendo submetidos a processos de resignificação simbólica, e como esses discursos foram sendo absorvidos pela lógica de consumo pós-moderna.

Para ser compreendida, essa estratégia deve ser vista em retrospectiva cronológica. Depois dos adolescentes dos anos 50, a geração seguinte de jovens foi marcada pela Guerra Fria (nos Estados Unidos e na Europa) e pelas ditaduras militares (na América Latina). A

fórmula encontrada para resistir a esses valores 'adultos' gerou tribos urbanas como os *hippies* (nos EUA) e a geração *Swingin' London*.

As duas davam a importância à questão do estilo (roupas coloridas, rock'n'roll, uso de drogas), pois era através desse consumo diferenciado que elas se distinguiam e resistiam ao avanço da cultura padronizada oficial. Esses movimentos foram reconstruídos e ideologizados pelos jovens latino-americanos. Cada geração organizou-se em suas próprias tribos urbanas, de maneira mais ou menos coerente. As contra-esferas públicas se espalharam, mas não se comunicavam entre si.

Na seqüência, o que ocorreu nos anos 70 foi um primeiro momento de exacerbação desse comportamento: a fragmentação da juventude em diversas subculturas, muitas vezes criando falsos antagonismos entre si: os *punks*, os *rastafaris*, os *teddy boys*. Cada uma com um estilo de música, roupas, cabelos, gírias. Muitas vezes esses grupos se estabeleceram como rivais, embora seus comportamentos indicassem uma similaridade insuspeita. Essa fragmentação da cultura juvenil pode ser conseqüência de uma reação do mercado contra uma possível ameaça de restauração da esfera pública, a partir das subculturas. Vale a lembrança: subculturas são permitidas, desde eu permaneçam isoladas.

É interessante observar que as gerações seguintes de adolescentes já exibem a lógica hegemônica de mercado dentro da própria estratégia cultural de resistência. Hebdige (1988), aliás, admitiu ter subestimado o poder do mercado, que passou a utilizar uma estratégia semelhante para interferir (e até mesmo produzir desde a origem, disfarçadamente) essas supostas reações de resistência cultural. É nesse sentido que Hebdige passa a ver o *punk* como uma combinação complexa de vanguarda cultural, transgressão social e estratégia de *marketing*.

"A linha entre a subcultura como resistência e a cultura comercial, ambas vistas como fornecedores de prazeres e como instrumento de hegemonia, é de fato difícil de traçar, especialmente quando os mercados consumidores juvenis estão em questão." (During, 1999: 440-441).

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Se nos anos 70 já parece difícil localizar uma fronteira entre cultura de resistência e lógica de mercado, nos anos 80 a situação fica ainda mais complexa. Esse é o momento histórico em que as primeiras gerações que viveram o fenômeno da adolescência com voz social ativa se tornam adultas. Os *yuppies*, categoria também associada ao pós-modernismo, vão marcar presença, como consumidores, no jornalismo cultural brasileiro (Prysthon, 2002). A geração *yuppie* é a primeira, a rigor, que se encaixa no conceito de 'adultescente': "Pessoas imbuídas de cultura jovem, mas com idade suficiente para não o ser." (Rowan, 1997).

Os adolescentes de outrora, incorporados ao mercado de trabalho, agora têm poder de compra. Estão integrados à lógica de consumo que dita as regras socioculturais dos anos 80. Ocorre que o consumo que eles praticam mantém características da vida cultural adolescente. Isso gera um perfil diversificado de 'jovens adultos', agrupados em tribos urbanas de sociabilidade transitória, como descrito por Featherstone (1991).

"Tornou-se quase lugar-comum observar que adultos dos anos 80 e 90 (ou seja, os 'baby-boomers' chegados aos 40 anos) adotam facilmente modas, comportamentos e estados de espírito adolescentes. Aparece assim uma galeria de retratos: são os carecas de rabinho e patins, os flácidos tatuados, os avôs surfepraianos e por aí vai indefinidamente." (Calligaris, *Folha de São Paulo*, 1998).

Vários componentes ajudam a consolidar o adultescente na sociedade pós-moderna. As universidades, antes de acesso restrito, recebem uma quantidade muito maior de integrantes das classes média e até operária. A romantização do estilo de vida artístico-rebelde (Jim Morrison, Mick Jagger) contribui para reforçar a idéia da adolescência como um ato simbólico de valor social. A adultescência se materializa como estilo e como ato de consumo. O adultescente dos anos 80 é o adolescente das décadas de 60-70, só que com poder de compra.

"Esta 'moratória além da infância' (como Erikson chamava a adolescência) ganha uma autonomia surpreendente. Tempo de experimentação com possíveis identidades sociais, de crítica do

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

existente, de sonho e de preparação (escola ou aprendizado), a adolescência se torna uma época culturalmente distinta e sofisticada." (Calligaris, *Folha de São Paulo*, 1998).

O perfil do adulescente que nasce nos anos 80 é o mesmo do grupo primário de leitores dos jornais. Não é surpresa: o adulto com 'síndrome de Peter Pan', que tenta perpetuar a adolescência adotando um estilo de vida (a cultura *pop*) próprio da juventude, é o mesmo indivíduo que lê jornais. As narrativas que os periódicos precisam imprimir para atrair esse leitor devem atender a essa demanda pelo *pop*, pela mercadoria (cultural ou não) consumida pelo adulescente.

Não é errado dizer, então, que os temas abordados pelos jornais brasileiros na década de 80 (ou seja, o perfil do leitor médio da *Folha de São Paulo*) são marcados pelo conceito da adulescência. Mesmo os projetos visuais dos suplementos de cultura, mais livres do que o resto do jornal, refletem a personalidade do público que precisa ser atingido.

A hegemonia do adulescente nos anos 80 traz reflexos para a crítica de cinema. Antes de tudo, porque determina a pauta dos jornais e o circuito de exibição de filmes. A cultura dos *blockbusters* se impõe porque há uma demanda por ela; da mesma forma, os assuntos que são agendados e preenchem as páginas dos cadernos culturais também resultam de uma negociação entre o jornalista (o mediador da informação, ou *gatekeeper*) e o público, que é eminentemente jovem.

Também a cultura do cinema experimenta modificações. A mudança mais óbvia está nos gêneros dos filmes de sucesso, a aventura (para os homens) e a comédia romântica (para as mulheres). Esses dois gêneros dominam a programação oferecida nos circuitos exibidores em todo o mundo. Esse é outro efeito provocado pela imersão na lógica da cultura *pop*: os filmes que entram em cartaz em um país são os mesmos que estão em outro, independente da distância geográfica. Barreiras de espaço e tempo, como veremos, são comprimidas na pós-modernidade.

Os cinemas também mudam: as salas luxuosas, localizadas nos antigos centros, começam a ser fechadas. No lugar dessas salas surgem os Multiplex, cadeias de salas menores, dotadas de tecnologia de projeção

e som de melhor qualidade. Esses Multiplex ficam localizados nos shopping centers, templos da cultura *pop* e da pós-modernidade.

As mudanças no âmbito do cinema não param por aí. Até mesmo a temática e a estética da produção de filmes nos anos 80 vai refletir, de maneiras diversas, o fenômeno da adultescência. Um dos modos mais curiosos é a maneira como a produção de filmes vai insistentemente se voltar para os anos 50. Muitos filmes clássicos da época o fazem: *Veludo Azul*, *Totalmente Selvagem*. Tudo isso é fruto de um movimento duplo, tanto de cineastas quanto do público, que compartilham da nostalgia de que nos fala Jameson (1991), promovendo um retorno idílico à juventude de sua própria geração (*Peggy Sue – Seu Passado a Espera* e a série *De Volta para o Futuro* são exemplos emblemáticos); trata-se de uma das maneiras de viver a promessa de juventude eterna da adultescência.

“Se há um realismo nos anos 50, ele pode ser encontrado aqui, na representação da cultura de massa, o único tipo de arte que queria (e podia) lidar com as realidades asfixiantes da era Eisenhower (...) Mas quando nos anos 80 a noção do oposicionista é contestada, vamos ter um *revival* dos anos 50 no qual muito dessa ‘cultura de massa’ degradada vai reaparecer para uma possível avaliação.” (Jameson, 1991: 286).

O surgimento dos novos suportes tecnológicos também modifica a relação da audiência com o cinema. É a época da invasão do videocassete. O conceito de ‘cinema em casa’ se alastra rapidamente; em pouco tempo, a classe média já tem acesso aos vídeos, e uma rede de videolocadoras é aberta em todas as cidades. A emergência do vídeo afeta o mercado cinematográfico. Os consumidores não precisam mais se deslocar até o cinema; podem esperar até que a mesma obra esteja disponível na locadora ou que seja transmitida pela televisão.

O resultado econômico do aparecimento do vídeo traz números significativos. Nos Estados Unidos, o mercado de venda e aluguel de fitas passou de US 3,6 milhões em 1985 para US\$ 10,3 milhões em 1991 (Canclini, 1995: 200). Enquanto em 1984 apenas 84,9% dos lares norte-americanos tinham TV, sendo 14,4% deles com videocassete, em 2002 as

taxas subiram para, respectivamente, 102,5% (ou seja, mais de um aparelho de TV por casa) e 86,8% (Dizard Jr., 2002: 195).

Esses números se refletiram sobre a indústria do cinema, provocando a evasão dos espectadores das salas escuras, o que ocasionou o fechamento da maioria delas (em Pernambuco, segundo dados do Conselho Nacional do Cinema, as 149 salas em 1981 viraram apenas 30, dez anos depois). O vídeo também mudou a forma de os filmes gerarem lucro. A bilheteria nos cinemas, que em 1980 representava 80% do faturamento de um filme, está abaixo de 20%. Hoje, o lucro real dos estúdios vem da venda de vídeos e dos acordos de transmissão dos filmes com as televisões (Dizard Jr., 2002: 194).

“O vídeo se converteu [entre 1980 e 1990] na principal forma de ver cinema. (...) O estudo que realizamos no México oferece um perfil destes neo-espectadores: 60% dos clientes de videoclubes têm menos de trinta anos. São os que (...) têm uma relação natural com a tela de TV e são menos afetados pela diferença em relação à espetacularidade das salas”. (Canclini, 1995: 210).

O perfil do consumidor de filmes nas videolocadoras corresponde ao adultescente. Nele, diversos fatores modificam a experiência do cinema: o poder de compra e os hábitos de consumo cultural garantem um acontecimento, um marco definitivo da década de 80: as últimas barreiras entre alta e baixa cultura são derrubadas de vez. A mudança no perfil do público receptor, bem como as modificações de suporte e de estética dos filmes, são fatores que exigem do crítico de cinema algo mais do que um movimento de adequação a um novo discurso. Uma nova geração de críticos de cinema se prepara para assumir o leme. Isso vai acontecer de forma gradual, mas inevitável, entre os anos 80-90.

A nova geração de críticos, que aparece nos jornais a partir da primeira metade dos anos 80, já agrega a cultura *pop* ao seu discurso. Se os cadernos de cultura são dirigidos aos jovens (e adultescentes), o crítico precisa ser jovem (ou adultescente). Ele precisa compartilhar dos códigos lingüísticos, das referências culturais (revistas em quadrinhos, seriados de TV e filmes de ação/aventura/comédia) dos novos cinéfilos.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Assim, como ocorreu no caso da padronização gráfica e editorial, os jornais padronizam também a figura do crítico. Se antigamente os críticos tinham referências pessoais distintas e narrativas divergentes (com abordagens filosóficas, sociológicas ou psicológicas, por exemplo), isso ocorre mais raramente na contemporaneidade.

Os críticos que surgem na virada dos anos 80-90 compartilham dos mesmos códigos culturais, recebem a mesma dieta de cultura *pop*, não debatem mais entre si (uma vez que a esfera pública foi substituída pela indústria cultural). Têm perfis parecidos. A padronização anula, de certa forma, a individualidade das narrativas produzidas pela crítica.

Na esteira das mudanças, surge mais uma vez a figura do Pequeno Divisor, agora no exercício da crítica contemporânea. Existe o crítico de *home video*, mas este não está à altura do crítico de cinema, porque a experiência do vídeo, para os cinéfilos tradicionais (de cujo subgrupo, como já vimos, vem a maioria dos críticos), é inferior ao ato de assistir ao mesmo filme na tela grande. Nesse sentido, paradoxalmente, agora o cinema passa a assumir a condição de arte de elite. O crítico de cinema, antigo defensor da cultura de massa, subitamente se vê do lado oposto do debate. De baixa cultura, o cinema passa a ser cultura de elite.

Esse embate representa uma nova cisão na já fragmentada crítica de cinema. Se antes a atividade era dividida em crítica artística e ligeira, os anos 80 assistem ao surgimento de dois fenômenos que atravessam o espaço midiático ocupado por esses profissionais: a crítica-ícone e o Pequeno Divisor. Tudo isso torna o exercício da crítica de cinema uma atividade mais problemática. Unida à padronização dos jornais e à lógica da adultescência, essa fragmentação da crítica pode ser apontada, nos anos 90, como uma das causas mais importantes para entender a crescente semelhança no padrão de narrativas individuais.

3.5 O Recife

A consolidação da cultura *pop* em Pernambuco também ocorre nos anos 80. Devido às peculiaridades locais, as modificações que acontecem no jornalismo paulista demoram mais para se verem refletidas nos periódicos do Recife. Em Pernambuco, os mesmos grupos políticos dos tempos da ditadura continuam no poder após as eleições diretas. O conservadorismo político força uma resistência à lógica da globalização, inclusive nos jornais. O panorama editorial da capital pernambucana é semelhante ao vivido nos anos 70: o jornal mais conservador, o *Diário de Pernambuco*, exerce um monopólio considerável sob a opinião pública, dominando o mercado publicitário local. A campanha das diretas flagra o DP com apenas um concorrente, o *Jornal do Commercio*, imerso numa crise financeira. O quadro inviabiliza mudanças rápidas: ao *Diário*, que mantém larga vantagem na circulação de exemplares, não interessa mudar. Ao JC, falta dinheiro para isso.

Esse quadro perdura durante alguns anos. Os anos 80 se iniciam com Celso Marconi (no JC) e Fernando Spencer (no DP) ocupando o posto nos dois jornais. Eles atravessam a maior parte dos anos 80 sem maiores sobressaltos, ambos mantendo as colunas diárias que possuíam dez anos antes, com uma pequena exceção: em 1986, por razões trabalhistas, Marconi se afastou do JC. Nesse período, que durou alguns meses, Ernesto Barros exerceu a função. O nome de Ernesto já era conhecido tanto dos leitores do JC quanto do DP, pois desde 1981 ele colaborava esporadicamente, nas colunas dos dois críticos locais.

Enquanto isso, a crise no *Jornal do Commercio* ia se agravando. Em 1987, os jornalistas da redação entraram em greve (*Jornal do Commercio*, 1999). O jornal deixou de circular durante 36 dias, até que o empresário João Carlos Paes Mendonça adquiriu todo o Sistema JC de Comunicação (que inclui seis emissoras de rádio e uma de televisão). Essa negociação, que aparentemente nada tem a ver com o problema da

crítica, vai se mostrar indispensável para compreender as mudanças que o jornalismo pernambucano vai sofrer, nos anos seguintes.

A aquisição do JC por um grupo empresarial que possuía um modelo moderno de gestão acabou por introduzir, no jornalismo local, a lógica da cultura *pop* da *Folha de São Paulo*. Para começar, o editor geral do periódico, Ivanildo Sampaio, recrutou repórteres nas universidades Católica e Federal de Pernambuco. O novo perfil de profissionais do JC era formado por jovens, universitários, gente já acostumada com o estilo da *pop*-modernidade e com o próprio debate sobre a nova lógica cultural (que, como vimos, a partir das páginas da *Ilustrada* e do *Folhetim*, se alastrou na seqüência para o ambiente acadêmico).

Além disso, o JC tinha dinheiro para investir em tecnologia. A reestruturação, porém, foi lenta. Durante 1987, o jornal vendia cinco mil exemplares por dia, um número distante da fase mais imponente, em 1969, quando a tiragem diária chegava 29 mil (*Jornal do Commercio*, 1999). Enquanto isso, o *Diário de Pernambuco* comercializava 30 mil cópias, alcançando uma circulação de 70 mil exemplares aos domingos.

No mesmo ano, o JC realizou a primeira de uma série de reformulações gráficas e editoriais. A estratégia do JC era a mesma da *Folha de São Paulo*, transposta para o panorama do Recife: conquistar o leitor *pop* para depois alçar à liderança de vendas. A reforma gráfica ampliava a sessão local (denominada *Cidades*), adotava pela primeira vez no Estado o conceito de infográfico e priorizava grandes fotos. Os textos rapidamente seguiram o padrão praticado pelos repórteres da *Folha*, com parágrafos curtos e narrativas fragmentadas em diversas 'retrancas'.

Para a juventude, que formava a maioria da redação, a adaptação a esse novo formato foi rápida. Nas faculdades, o JC passou rapidamente a ser associado à vanguarda do jornalismo local. A conquista de um público fiel dentro das universidades foi o primeiro passo no sentido de retomada da liderança no mercado jornalístico do Estado. Através da influência desses leitores de elite, o jornal passaria, num segundo estágio,

a almejar mais circulação. A teoria do 'two step flow' era posta em prática como forma de gestão estratégica, no *Jornal do Commercio*⁸.

Em 1989, o jornal adquiriu um novo parque gráfico, com impressoras mais ágeis. Nessa época, o suplemento cultural, o Caderno C, já exercia uma postura de liderança nos círculos intelectuais liberais da cidade. A cultura *pop* e o jargão pós-moderno estavam inseridos no noticiário do caderno. A pauta aproximava-se do padrão da *Folha de São Paulo*: música popular e cinema, as duas manifestações mais evidentes da cultura pós-moderna (e que permaneciam afastadas do noticiário do concorrente) ocupavam lugar de destaque na pauta do suplemento.

Na mesma ocasião, em 1989, a troca de gerações na crítica de cinema de Pernambuco começava a acontecer. Depois de 33 anos exercendo a atividade em vários jornais do Recife, Celso Marconi deixou de ocupar o posto de crítico do JC. No seu lugar estava Ernesto Barros, um nome conhecido dos leitores de JC e DP desde 1981, quando começou a colaborar ocasionalmente com críticas esparsas, nos dois jornais. Estudante da Universidade Católica e editor de imagens da TV Globo, Ernesto manjava com habilidade o novo jargão pós-moderno exigido pelos leitores que formavam o público-alvo do JC. Também tinha uma relação mais natural com o videocassete e com a tela da TV.

Ernesto ficaria no JC até 1991. Voltaria, ainda, no período entre 95 e 97. Entre 91 e 94, o cargo de crítico de cinema foi ocupado por Alexandre Figueirôa. Professor na Unicap e mestre em Cinema, Figueirôa exibiu um perfil diferente. Afinal, ele não era um mero autodidata na arte cinematográfica, um fã de filmes; passava longe do clichê do 'espectador que viu o filme antes'. Tinha estudado cinema na academia, e continuaria fazendo isso nos anos seguintes, completando um doutorado em Cinema na França e exercendo a crítica, em 1999, no *Diário de Pernambuco*.

De certa forma, porém, os perfis de Figueirôa e Ernesto somente atualizavam a crítica artística adotada pela geração de Celso Marconi. Os textos continuam a sair em defesa da produção local, a levar em

⁸ A teoria do 'Two Step Flow', surgida nos EUA, afirma que um grupo primário de consumidores de

consideração as condições de produção de cada obra, a contextualizar sua posição dentro do cenário de criação cinematográfica, a enfatizar o cinema enquanto Sétima Arte. Essa constatação pode levar a uma pergunta interessante: se os perfis dos dois são semelhantes, por que a transição acontece? Na verdade, a resposta é simples: porque a nova geração de leitores, nascida nos anos 80, se presta a um tipo de leitura diferente. Não há problema com o conteúdo, com as idéias presentes nos textos dos críticos antigos; o nó da questão está no jogo de palavras desatualizadas, nas referências culturais envelhecidas; enfim, no estilo.

Marconi e Spencer mostram dificuldade em assimilar os novos códigos lingüísticos. Eles lidam de modo problemático com a cultura *pop*, com a adultescência, com a nova relação do espectador com o cinema. Estão desconectados com os cadernos culturais inspirados na Ilustrada, que dominam o jornalismo cultural brasileiro de então.

“A linguagem veiculada por elas, mais codificada e marcada que a do jornalismo diário, fez escola (particularmente entre os jovens concluintes do curso de jornalismo): *clichês*, *chulices* e coloquialismo foram as constantes do jornalismo *pop* brasileiro (...) que poderíamos dizer envelhecido, mas que ainda tem forças para surgir como novidade nos jornais provincianos dos anos 90.” (Prysthon, 2002: 112).

No novo projeto gráfico do JC, o filme tem espaço de destaque. O cinema em sua concepção clássica (a projeção nas salas públicas) ganha espaço farto nas páginas do suplemento cultural. A capa, ocupada nos anos 80 apenas por literatura e artes plásticas (formas clássicas de alta cultura), passa a ser preenchida muitas vezes por reportagens sobre cinema (estratégia que, como ocorrera na Folha, evoca um Pequeno Divisor, ao tratar a cultura como um todo como lazer). Estréias de filmes sempre arrancam lugar nas páginas mais importantes do caderno.

É possível notar, então, um duplo fenômeno: a cultura do *blockbuster* começa claramente a infiltrar sua lógica nas narrativas da crítica, bem como a hegemonia do ‘jornalismo de serviço’ se mostra

elite é capaz de influenciar os hábitos de consumo das classes sociais menos abastadas.

evidente, a partir do momento em que os filmes escolhidos para ilustrar as páginas mais importantes do caderno são sempre estréias.

As capas do Caderno C dedicadas ao cinema ocorrem, quase sempre, em datas próximas aos fins de semana, com a proximidade das estréias. Já os filmes em vídeo raramente ganham espaço; em 1991, somente em duas ocasiões (o lançamento do *blockbuster Ghost – Do Outro Lado da Vida* e de uma coleção dedicada a filmes franceses) o *home video* emplaca a página mais importante do caderno.

O novo perfil do Caderno C ilustra a lógica de consumo padronizada da cultura *pop*, nascida no Brasil a partir da Ilustrada: de um lado, a notícia tornada mercadoria, o jornalismo em processo de transformação, 'agendado' pelo *marketing* das estréias, que impõe critérios de edição semelhantes em quase todos os jornais; de outro lado, o próprio cinema atravessando um processo de padronização, com os *blockbusters* cada vez mais seguindo as mesmas fórmulas narrativas.

O espaço ocupado pelo cinema nas páginas do JC desnuda a maneira, encontrada pelos jornais dos anos 80-90, para tratar da questão do suporte tecnológico. Os vídeos encontram espaço prioritário numa coluna semanal, em dia variável, numa página interna do Caderno C – o mesmo padrão editorial reservado, antes da reforma editorial, às películas exibidas em tela grande. A solução é a mesma entrada pela *Folha de São Paulo* para lidar com a questão do suporte tecnológico.

A instituição da coluna de vídeo traduz uma aparente contradição. Em geral, o critério principal dos editores é priorizar as notícias proporcionalmente ao número de leitores a quem elas interessam. Mas, no caso na relação cinema X vídeo, essa regra acaba contrariada. Afinal, como já vimos antes, um produto cinematográfico encontra 80% do seu público no mercado de *home video* (Dizard Jr, 2002). É lógico, então, que a maior parte dos leitores que acompanham as reportagens e críticas sobre as estréias da semana nas salas de projeção só vá efetivamente assisti-las quando o filme estiver disponível nas videolocadoras. Por que, então, o vídeo não vai para a capa do suplemento cultural?

A explicação possível está, novamente, no conceito do Pequeno Divisor. Afinal, quando a obra chega ao mercado de *home video*, ela já perdeu o sabor de novidade para os cinéfilos tradicionais, aquele subgrupo (ao qual pertence o crítico) que defende o suporte tecnológico do cinema clássico – a tela grande, o som estéreo – como mais avançado. O Pequeno Divisor influi no discurso jornalístico: cinema em tela grande é uma forma superior de cultura, enquanto cinema na TV é inferior.

É interessante observar, ainda, a possibilidade de que o cinéfilo exerça influência indireta na pauta dos jornais, através da teoria do 'two step flow'. Os cinéfilos são o grupo primário de consumidores de cinema, e possuem o poder de influenciar na maneira como esse consumo é exercido por um grupo secundário de pessoas, que chamamos de consumidores passivos. Essa maioria tem o perfil do videófilo. Canclini verifica distinções na maneira como os dois grupos consomem filmes:

“Uma das diferenças mais notáveis entre cinéfilos e videófilos é que a relação destes últimos com os filmes se dá num presente sem memória: os videoclubes do México consideram sem interesse os filmes com mais de dezoito meses. (...) O imediatismo e o valor do instantâneo se refletem no que os jovens videófilos buscam. O número de imagens que se sucedem por frações de segundo marca o início do desafio a um tempo que não corresponde ao tempo. (...) Os novos consumidores de imagens são adeptos do ritmo e, em menor medida, da trama.” (Canclini, 1995: 211).

As mudanças ocorridas no JC exercem, inicialmente, repercussão indireta no DP. Instalado numa posição de liderança, o *Diario* mantém o esqueleto do corpo redacional sem alterações. A juventude que 'toma o poder' no JC não consegue espaço dentro do DP. O conservadorismo político e cultural da direção do periódico também se manifestam na recusa em realizar reformas gráficas ou editoriais.

Embora possua um público de leitores fiéis, o DP começa a assistir à escalada do JC, que em 1994 consegue, pela primeira vez, superar o concorrente nas vendas. O *Diario* perde leitores aceleradamente. Isso leva o periódico a enfrentar uma crise financeira que atinge o auge no

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

mesmo ano, quando a direção é obrigada a fechar acordo com o Banco Mercantil. A instituição financeira passa a injetar recursos no DP, obtendo no acordo o poder de controlar a diretoria da empresa.

Só a partir daí é que começa a lenta reformulação do jornal. O suplemento cultural, o *Viver*, exemplifica essa resistência da estrutura redacional do *Diário* às mudanças. Embora passe por um curto período de reformulação, entre 1994 e 1995 (período em que o jornalista Sebastião Araújo editou o suplemento), o *Viver* ainda não espaço para a cultura *pop*. O caderno continua a exercer o mesmo jornalismo que realiza desde os anos 70, dando a capa, em geral, a assuntos relacionados à literatura (não a literatura *pop* de Caio Fernando Abreu, e sim decanos como Eça de Queiroz) e às artes plásticas (não os talentos jovens, como Romero de Andrade Lima, e sim os artistas já estabelecidos, como Francisco Brennand). Cinema raramente vai à capa.

Em relação à crítica de cinema, a situação é bem diversa daquela vivida pelo concorrente. Não existe coluna de vídeo no *Diário*; eventualmente, nas edições de sábado (o “dia de gala” das videolocadoras), Fernando Spencer fala sobre filmes em VHS. Curiosamente, Spencer retoma um velho hábito da década de 50 para fazê-lo: o uso do pseudônimo Sérgio Nona. Novamente, aparece a figura do Pequeno Divisor. Criticar um filme em vídeo não é digno de Spencer.

Do ponto de vista gráfico, a primeira tentativa de mudança no DP é realizada em 1994. Os primeiros infográficos surgem nas páginas do jornal. O suplemento passa por uma curta fase de mudança, em que chega a implantar uma coluna de vídeo, de meia página, que circula aos sábados, nas contracapas do caderno. Mas a iniciativa não dura mais do que algumas semanas. Sebastião Araújo logo desiste do desafio.

Em junho de 1997, o *Diário* troca novamente de administração. A redação é enxugada em 60 cargos. Um novo projeto gráfico passa a ser adotado, privilegiando o modelo do ‘jornalismo de serviço’. A diagramação das páginas começa a ser realizada no computador. O suplemento cultural passa por uma transformação: dos quinze jornalistas que atuam

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

no periódico, na época, apenas duas repórteres permanecem no grupo, um ano depois. A nova administração contrata uma empresa, a Marplan, para realizar pesquisas diárias. Deseja saber o que o público quer ler.

Na área da cultura, os leitores apontam uma deficiência na crítica de cinema. As pesquisas indicam que o leitor do *Diário de Pernambuco* possui um perfil jovem. Esse leitor médio, formador de opinião, reclama da ausência da cultura *pop* nas páginas do caderno. Ele quer o cinema na capa e exige uma coluna semanal de vídeo.

As decisões editoriais tomadas com base nessas pesquisas incluem o afastamento do antigo crítico de cinema do jornal, Fernando Spencer. O Viver cria uma coluna semanal de vídeo – e de página inteira. A seção circula às terças-feiras. Da mesma forma, cria-se uma página fixa semanal para tratar de cinema, mas sempre sob perspectiva de matérias de cunho analítico, reportagens desvinculadas do 'fato': entrevistas, críticas, perfis de cineastas e atores. Essa página circula aos sábados. Os assuntos mais quentes (ou seja, as notícias 'agendadas' pelas datas de estréias) permanecem ganhando destaque nas edições de sexta-feira.

Essa reforma editorial segue a mesma estratégia usada pelo JC: amplia o espaço dado à cultura (e ao cinema em especial) e restringe a crítica. O novo projeto gráfico obriga o crítico a ocupar uma 'retranca' secundária. Trata-se de uma adaptação visual à fórmula da *Folha* paulista: uma matéria vinculada, que deve sempre vir a reboque de algum texto mais amplo, que divulgue a 'notícia' da matéria.

Com novo perfil – jovem, dinâmico, *pop* – estabelecido, os dois jornais do Recife experimentam uma situação inédita: estão semelhantes, gráfica e editorialmente. Justamente nessa época (meados dos anos 90), duas ocorrências vão proporcionar alterações na maneira como a crítica de cinema é tratada nos projetos editoriais dos dois jornais do Recife. Esses dois acontecimentos dão ao jornalismo cultural, e especialmente à crítica de cinema, os contornos definitivos de contemporaneidade.

A primeira modificação é o aparecimento da internet comercial em Pernambuco; a internet, como veremos detidamente no capítulo a seguir,

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

vai oferecer a base tecnológica para a constituição de um espaço discursivo transnacional – um primeiro estágio para a revitalização de uma esfera pública nos moldes clássicos – que a maior parte dos críticos vai utilizar (conscientemente ou não) como reforço para a redação de suas narrativas individuais. A segunda mudança é o surgimento de um terceiro concorrente, a *Folha de Pernambuco*, periódico diário dirigido a um público mais popular, que surge em abril de 1998.

A primeira tentativa de criação de um jornal, com esse mesmo nome, já ocorrera, no Recife, durante um curto período, entre 1986 e 1988. A *Folha de Pernambuco* de então exibia um perfil popular (não tão exagerado quanto o padrão editorial contemporâneo, mas condizente com o perfil dos jornais populares da época, com noticiário voltado fortemente aos temas locais), era escrita por uma redação jovem, mas não exerceu nenhuma mudança importante para o mercado jornalístico local (e nem afetou, particularmente, os rumos da crítica de cinema).

O concorrente, porém, não abalou tanto a rotina das redações do DP e do JC quanto a internet. A introdução da internet no dia a dia dos jornais, porém, representou uma verdadeira mudança de paradigma – e não apenas em Pernambuco. Repórteres do mundo inteiro tiveram os cotidianos modificados pelo surgimento da WWW. Eles logo descobriram que a grande rede podia alterar todas as fases de produção dos jornais, do processo de apuração de notícias ao *feedback* dos leitores. Para os jornais, a internet tem dupla face: representa uma oportunidade de barateamento de cursos e uma ameaça. Nos jornais e na crítica de cinema, a internet causa uma série de conseqüências que vão ser estudadas mais detidamente no próximo capítulo.

4. A internet: anos 90-hoje

4.1 Compressão espaço-temporal

O surgimento da internet, a partir da rede militar Arpanet, aconteceu em 1990, quando surgiu, nos EUA, o primeiro provedor comercial⁹. No ano seguinte, a WWW entrou em funcionamento, gerando a interface visual que associamos à grande rede. A possibilidade de construção de *sites* de conteúdo livre, associada à crescente capacidade de transmissão de dados, sons e imagens, provocou uma verdadeira avalanche de avanços tecnológicos, que consecutivamente impulsionaram a rede rumo ao uso doméstico cada vez mais variado e disseminado.

A senha para compreender o avanço da internet rumo a uma posição de interferência no rumo dos jornais está em palavras como 'velocidade' e 'aceleração'. A rapidez com que a grande rede vem crescendo e se desenvolvendo impressiona. Em 1992, a internet estava baseada em *sites* pessoais; em 1994, surgiram as primeiras lojas virtuais de livros; entre 1994 e 1995, os jornais descobriram a WWW; em 1997, as empresas *pontocom* entraram no mercado de ações. Hoje, apenas doze anos após a transformação da internet em rede comercial, estima-se que existem um bilhão de pessoas com acesso à rede no mundo¹⁰.

As taxas de crescimento do novo meio de comunicação são enormes. Um em cada sete indivíduos tem conexão com um computador; para efeito de comparação, quinze anos após a invenção da impressora, menos de 2% dos homens dominavam a leitura – um em cada cinquenta. A velocidade com que surgem novidades tecnológicas é um indício de algo que Jameson já identificava, nos anos 80, como característica fundamental da pós-modernidade: uma alteração na maneira com as grandezas de tempo e espaço são percebidas pelos indivíduos. O processo de remoção das barreiras geográficas e temporais pode ser notado,

⁹ Linha do tempo da internet disponível em www.w3.org.

¹⁰ London e Gehringer, 2001: A internet de @ a zip. Superinteressante Especial Nº 2.

segundo David Harvey, ainda no século XIX: a tecnologia, para Harvey, funciona como aríete capaz de derrubar essas barreiras.

“O incentivo à criação do mercado mundial, para a redução de barreiras espaciais e para a aniquilação do espaço através do tempo, é onipresente, tal como o é o incentivo para racionalizar a organização espacial em configurações de produção eficientes (organização serial da divisão detalhada do trabalho, sistemas de fábrica e de linha de montagem, divisão territorial do trabalho e aglomeração em grandes cidades), redes de circulação (sistemas de transportes e comunicação) e de consumo (formas de uso das residências, organização comunitária, diferenciação residencial, consumo coletivo nas cidades).” (Harvey, 1992: 212).

Harvey deixa antever uma visão histórica da internet, vislumbrando o surgimento da tecnologia da rede instantânea de comunicação como um estágio mais avançado da mesma linha histórica que gerou a pós-modernidade. Ele também vê nos sistemas de comunicação uma segunda maneira de superar barreiras geográficas. Harvey compartilha com Jameson a idéia de que a mudança de estágio da cultura ocidental corresponde a uma troca de paradigma dentro do capitalismo.

Segundo Harvey, o movimento de compressão das grandezas de tempo e espaço remete, portanto, aos ideais econômicos do Iluminismo. Ele explica esse movimento recorrendo à imagem de um anúncio da Alcatel, de 1987, onde um globo terrestre vai ficando menor a cada ano em que surge uma invenção humana que permite vencer as barreiras do espaço com mais velocidade. Assim, em 1500, quando as pessoas/mercadorias circulavam em barcos e carruagens, o mundo era enorme. Em 1930, quando se alcançava 100 km/h com a locomotiva, o globo diminuiu. Em 1960, os aviões a jato já conseguiam atingir 1.100 km/h. O mundo, no anúncio, ia ficando menor a cada um desses saltos tecnológicos. Esse movimento se chama globalização.

“Uso a palavra ‘compressão’ por haver fortes indícios de que a história do capitalismo tem se caracterizado pela aceleração do ritmo da vida, ao mesmo tempo em que venceu as barreiras

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

espaciais em tal grau que por vezes o mundo parece encolher sobre nós.” (Harvey, 1992: 220).

Para entender essa idéia, é preciso atingir uma compreensão dialética do tempo. A imagem do tempo como uma entidade absoluta, que pode ser medido em minutos, horas e dias, deve ser vista de forma relativa. No cinema, por exemplo, o tempo já é ‘acelerado’ há décadas, através da montagem. Nesse sentido, inclusive, pode-se reivindicar ao cinema ao *status* de formato artístico pós-moderno por excelência, pois o filme representa a velocidade globalizadora, a passagem mais rápida do tempo; ele rompe com as práticas estéticas anteriores, que (com exceção da música) eram inábeis para traduzir em representações estéticas o conceito de fluxo. A música tinha ainda a barreira de não ofertar esse movimento de maneira visual, um problema que o cinema superou.

O exemplo da Alcatel, útil para perceber os mecanismos de compressão do tempo e do espaço (o tempo pode ser ‘manipulado’, com o uso de tecnologia) para encurtar barreiras espaciais, pode dar uma impressão limitada do significado mais amplo da grandeza extremamente importante da velocidade. Ela não pode ser compreendida apenas como uma aceleração dos meios de transporte; não deve ser medida unicamente em quilômetros por hora. Afinal, como Baudrillard (1999) alerta, em tempos pós-modernos o capitalismo é estruturado muito mais em torno da produção de símbolos, imagens e sistemas de signos do que propriamente ao redor do valor real de uso das mercadorias.

A velocidade, como a aceleração, é sobretudo um símbolo. Não está expressa apenas no desenvolvimento de meios de transporte e tecnologias capazes de encurtar as distâncias; ela pode ser capturada, também, na própria lógica de produção e consumo da indústria cultural pós-moderna, que sofre acelerações em ciclos de moda cada vez mais rápidos, desde os anos 50. A velocidade com que se sucedem esses tempos de giro produz, para Harvey, a perda de um sentido de futuro; as culturas efêmeras reduzem qualquer sentido firme de continuidade. Isso

remete ao polêmico conceito do 'Crime Perfeito' de Baudrillard – a maneira mais pessimista como a internet tem sido vista na atualidade.

Para Baudrillard, o ciberespaço é responsável pela progressiva confusão (e conseqüente redefinição) dos limites da realidade física, na medida em que a velocidade vai reduzindo as distâncias entre presente, passado e futuro, até um ponto em que seja impossível distingui-los; se isso acontecesse, segundo Baudrillard, eles se fundiriam num só momento. O 'presente perpétuo' de Jameson (1991) e o 'apocalipse virtual' de Paul Virilio (1993) também evocam a perda de sentido histórico da pós-modernidade e, portanto, remetem ao 'Crime Perfeito'. Todas são metáforas que se referem ao mesmo conceito.

“Na realidade virtual, a transparência absoluta converge com a simultaneidade absoluta. Chamamos este curto-circuito e a instantaneidade de todas as coisas na informação global de 'tempo real'. O tempo real pode ser visto como o Crime Perfeito perpetrado contra o próprio tempo; pois, com a ubiquidade e a disponibilidade instantânea da totalidade da informação, o tempo atinge o seu ponto de perfeição, que também é o seu ponto de desaparecimento. Porque, naturalmente, um tempo perfeito não tem memória e nem futuro.” (Baudrillard, 2000: 71).

As três metáforas caracterizam a compressão de espaço e tempo que caracteriza a cibercultura. Baudrillard não acredita na possibilidade de uma relação sadia da sociedade com o ambiente virtual; ao contrário, ele crê que essa conexão global estabelecida pela WWW é um simulacro, pois acontece numa dimensão sem base física, é atemporal e não-espacial, criada a partir de uma base tecnológica. Ele compartilha a mesma idéia de Virilio, para quem a convivência dos homens em ambientes virtuais é tão nociva que irá evoluir até provocar um apocalipse cultural – uma espécie de implosão do espaço-tempo em um universo novo, digital, em que os corpos não terão nenhuma importância, e talvez sequer precisem existir.

Contra a visão pessimista de Baudrillard e Virilio a respeito do ciberespaço ergue-se a voz de Pierre Lévy, que prefere exaltar o

nascimento da cibercultura como um projeto de retomada dos antigos ideais democráticos do Iluminismo, para ele perdidos na emergência da modernidade. Para Lévy, a cibercultura tem potencial para devolver a oportunidade de falar aos milhões de consumidores passivos que, hoje, apenas absorvem a informação, sem assimilá-la em processos interativos, que envolvam debates. Em resumo, Lévy sugere que a internet pode fornecer a base tecnológica para o restabelecimento da esfera pública.

Para Lévy, a aceleração é um gesto positivo, um ajuste no estilo de vida das grandes cidades. Os fluxos comunicativos das sociedades, baseados na transmissão de dados de forma oral ou escrita, eram mais lentos porque isso era conveniente aos cidadãos dessas épocas; a aceleração materializa um tempo que convém ao momento cultural atual.

“A noção de ‘tempo real’, inventada pelos informatas, resume bem a característica principal o espírito da informática: a condensação no presente, na operação em andamento. (...) Por analogia com o tempo circular da oralidade primária e o tempo linear das sociedades históricas, poderíamos falar de uma espécie de implosão cronológica, de um tempo pontual instaurado pelas redes de informática.” (Lévy, 1993: 115).

Como se pode perceber, Lévy, Baudrillard e Virilio interpretam a compressão espaço-temporal de Harvey de maneiras diferentes. As implicações político-ideológicas dessa aceleração do tempo podem mudar, mas o fenômeno continua. A internet estabelece um novo padrão de comunicações que interfere em todos os estágios do tecido social, da economia (a febre das empresas *pontocom*, o *e-commerce* em escala global) ao social (tribos urbanas que se reúnem em estruturas ainda mais fluidas de socialização volátil). Toda essa malha de estruturas socioculturais formam o que se convencionou chamar de cibercultura:

“Cibercultura significa o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.” (Lévy, 1999: 17).

Mesmo alheios ao debate a respeito do significado cultural da compressão do espaço e do tempo, os internautas assimilaram a importância da velocidade na sociedade pós-moderna. A velocidade, tomada em todos os sentidos (das taxas de compartilhamento de dados até a aceleração dos jargões associados ao ciberespaço), deve ser considerada um dos pilares da cibercultura.

Nesse sentido, é possível dizer que a WWW gerou profundas alterações nos modos de sociabilidade atuais. Um erro muito comum que cometemos, por exemplo, é associar o vocábulo 'cibercultura' a um grupo de jovens que passam horas conectados à rede, jogando ou baixando músicas. Nesse caso, estamos falando de uma subcultura, nos moldes descritos por Hebdige (e é importante perceber como a juventude exerce papel fundamental na constituição de todos esses subgrupos).

As cibertribos urbanas são apenas a ponta do *iceberg*, a face mais visível da cibercultura. Todos os indivíduos com acesso a um computador – e mesmo aqueles que não têm ou não sabem usar um – estão submetidos à lógica de sociabilidade da cibercultura. Como exemplo, o 'tempo real' já foi incorporado à rotina dos cidadãos e empresas. Essa nova cultura materializa a idéia do 'presente perpétuo' de Jameson.

Quando se fala em internet, especialmente dos pontos positivos que ela agregou à vida em sociedade, argumenta-se que o acesso instantâneo à informação caracteriza uma das maiores vantagens de uma rede global de computadores conectados entre si. É claro que essa constatação gera uma série de repercussões dentro da atividade jornalística (e, de diversas maneiras, influi na situação da crítica de cinema). Temos qualquer informação à mão, no lugar em que estivermos, no momento em que quisermos, sem barreiras, sem mediações. Essa superabundância de informações se constitui numa mudança radical que se impõe à atividade jornalística clássica.

Os jornalistas não demoraram a perceber que o crescimento exponencial da internet poderia afetar o exercício da profissão. A primeira interferência exercida pela internet dentro das rotinas jornalísticas foi a

criação de uma modalidade de jornalismo denominada Computer Assisted Reporting (CAR), nos anos 90. Esse tipo de exercício da atividade jornalística se recusa a ver o computador como um simples processador de textos. O computador, quando conectado a uma rede, passa a ser transformado em uma ferramenta de caça de informações. Isso significou, para o jornalista, a materialização profissional do conceito de 'tempo real'; os repórteres passaram a ter um oceano de informações à disposição. Mas esse raciocínio, que aparentemente agrega benefícios ao exercício do jornalismo, também tem conseqüências negativas. A emergência da internet redefine a função social do jornalista – e, por conseguinte, do crítico – porque retira dele o papel exclusivo de *gatekeeper*, de guardião único da informação:

“É evidente que milhões de outras pessoas em todo o mundo poderão fazer o mesmo percurso que fez o jornalista, consumindo diretamente a informação disponibilizada na Internet e deixando de lado a informação jornalística difundida nos suportes tradicionais.”
(Sousa e Pinto, 1998).

A dissolução do papel de mediador exclusivo (o *gatekeeper*) da informação entre a fonte original e o leitor – o papel clássico do jornalista – sugere a retomada de uma democracia verdadeira, na linha teórica proposta por Pierre Lévy:

“Um dos principais significados da emergência do ciberespaço é o desenvolvimento de uma alternativa às mídias de massa. (...) Qualquer grupo ou indivíduo pode ter, a partir de agora, os meios técnicos para dirigir-se, a baixo custo, a um imenso público internacional. Qualquer um (grupo ou indivíduo) pode colocar em circulação obras ficcionais, produzir reportagens propor suas sínteses e sua seleção de notícias sobre determinado assunto.”
(Lévy, 1999: 239-240).

4.2 A cibercinefilia

Pierre Lévy é o defensor mais insistente da cibercultura como uma possibilidade do que chama de “projeto progressista dos filósofos do século XVIII” (Lévy, 1999: 245). Ele argumenta que a existência do ciberespaço oferece suporte tecnológico para a retomada do debate público. A internet, portanto, pode restabelecer a esfera pública de Habermas, dando continuidade ao lema iluminista da revolução francesa.

“Na era das mídias eletrônicas, a *igualdade* é realizada enquanto possibilidade para que cada um emita para todos; a *liberdade* é objetivada por meio de programas de codificação e do acesso transfonteiriço a diversas comunidades virtuais; a *fraternidade*, enfim, transparece na interconexão mundial” (Lévy, 1999: 245).

O ideal da reconstituição da esfera pública, algo que Terry Eagleton (1991) espera da crítica acadêmica, através da retomada dos valores que a fizeram nascer (em especial a resistência cultural e política), estaria prestes, portanto, a renascer. Lévy só não deixa claro como esse processo de redemocratização, em que todos os cidadãos poderiam ter voz ativa, seria capaz de reviver. O estabelecimento de um espaço discursivo, com base nas comunidades de cibernautas, parece ser um ponto de partida válido. Mas voltaremos a esse assunto adiante.

É importante, por hora, verificar as maneiras como os jornais estão reagindo à internet. Os periódicos diários não assistem à ameaça da perda do monopólio da informação sem reagir; o fazem, essencialmente, através da organização de portais de notícias. Um bom exemplo dessa reação está no Universo On Line. Além de ter comandar a *Folha de São Paulo*, o grupo controla o maior provedor de internet do Brasil (o UOL) e o maior portal de notícias em língua portuguesa da WWW.

Essa reestruturação das empresas jornalísticas tem sido uma maneira de enfrentar a crise. O caso do UOL é exemplar porque a empresa foi organizada pelas mesmas cabeças que mudaram o jornalismo brasileiro, nos anos 80. Além disso, mostra uma tentativa de direcionar o uso da internet para estabelecer um controle do fluxo de informações.

Portais de notícia como o UOL representam, para pesquisadores como André Lemos (2000) e Juremir Machado (2000), representam uma tentativa dos *mass media* em continuar exercendo um monopólio da informação, através da mediação da informação e do público; eles desejam continuar selecionando para um público de receptores passivos aquilo que desejam divulgar. O objetivo seria justamente evitar a formação espontânea da nova esfera pública.

O UOL ilustra isso a partir de duas ações: o controle do maior provedor de acesso à WWW do Brasil e a montagem de um portal de notícias. Em Pernambuco, é possível assistir a um caso semelhante, em nível regional, com o grupo dos Associados, que possui, no Recife, um jornal (Diário de Pernambuco), uma emissora de TV (Guararapes), duas estações de rádio (Caetés e Clube), um portal de notícias (Pernambuco.com), além de controlar a porção local do provedor Terra, um dos cinco maiores do Brasil.

Essa tendência, claro, é internacional, remonta a 1999 e não começou com o UOL. América On Line, CNN e MTV são outros exemplos da tentativa dos conglomerados de informação para manter o controle do fluxo de internautas, evitando assim a dispersão, a livre navegação *on-line*, a reflexão – e a crítica – dos meios de comunicação hegemônicos.

“Embora busquem agregar supostos conteúdos importantes, os portais nos tiram, enquanto fenômeno hegemônico (...) a possibilidade da errância, da *ciber-flânerie*, nos transformando em *surfers-bois*, marcados pelo ferro do *e-business*. Devemos reverter a hegemonia e a pululação desta nova prisão eletrônica que se configura com a atual onda de portais-currais.” (Lemos, 2000).

A instituição dos portais de notícia tem, em parte, atingido os efeitos desejados. Já em 1998, segundo Nelson Preto (2000), 50% dos percursos traçados pelos usuários da internet levavam a apenas 1% dos *sites*. Da mesma forma, 80% dos internautas visitavam só 26% dos *sites*.

Esses dados indicam que, na prática, a nova esfera pública pode estar fadada a fracassar. A estratégia dos conglomerados surte efeito: os portais de notícia têm conseguido deter o monopólio da informação,

fazendo com que os internautas, na sua maioria, naveguem como consumidores passivos. A solução para isso estaria na própria rede:

“Apenas o desenvolvimento total de um meio oposto à hierarquia emissor/receptor poderá construir uma esfera pública midiática libertária. A internet tecnicamente está apta a cumprir esse papel. No entanto, a dinâmica simbólica da distinção põe em risco essa possibilidade. O jornalismo trabalha para incutir nos usuários da internet a idéia de que certos *sites* serão sempre mais ricos do que outros. Assim, aconselha-se o abandono da navegação errática em prol da visita orientada aos lugares privilegiados e organizados pelos profissionais da comunicação.” (Machado, 2001: 143).

A livre navegação pela internet, contudo, apresenta problemas. O grande volume de informação que circula na internet, atualmente, produz um efeito de banalização: “O bombardeio informativo narcotiza o receptor, para torná-lo indiferente à própria notícia.” (Marcondes Filho, 2001: 113). A amplitude das novas redes incha ainda mais o noticiário, gerando o que Celeste Olalquiaga denomina de ‘esmaecimento do afeto’:

“Uma condição alienada que exige uma overdose cultural de emoções intensas. (...) Paradoxalmente, essa overdose amortece nossa capacidade de empatia emocional, ao mesmo tempo em que tenta compensar a sua desintegração.” (Olalquiaga, 1998:50).

Avaliando esses dados, não se pode deixar de perceber uma dose de exagero na confiança de Pierre Lévy a respeito da reestruturação de uma esfera pública. Mesmo assim, o desenvolvimento de tribos urbanas em bases não-geográficas demonstra que os primeiros passos para a reconstituição dessa esfera pública podem já estar sendo dados.

“O acesso à informação importa sem dúvida menos do que a comunicação com os especialistas (...) A imersão em comunidades abertas de pesquisa, de prática e de debate imuniza de forma mais segura que qualquer outro antídoto contra o dogmatismo e a manipulação unilateral da informação. Ora, o ciberespaço favorece a interação em comunidades virtuais independentemente das barreiras físicas e geográficas.” (Lévy, 1999: 240).

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

De fato, é nesse ponto que a crítica de cinema contemporânea se insere na busca da esfera pública. Porque o primeiro estágio para a revitalização dessa esfera, em versão virtual, é a criação de um espaço discursivo. A internet materializa essa nova dimensão. E a crítica de cinema se mostra como um dos exemplos mais dinâmicos das possibilidades de restabelecimento da esfera pública. Isso acontece porque o cinema tem sido, desde os primeiros anos de existência da internet, um dos temas mais discutidos pelos internautas.

A constituição de comunidades virtuais girando em torno do cinema e seus suportes tecnológicos (o videocassete, o DVD e o DivX, formato digital de distribuição de filmes pela WWW) pode ser considerada, dentro do raciocínio de Pierre Lévy, como uma das primeiras manifestações do nascimento de uma nova esfera pública. Afinal, a internet vem gerando comunidades virtuais que compartilham muitas das características descritas por Dick Hebdige (1979) como subculturas, capazes de exercer novas formas de resistência cultural pelo consumo. Uma dessas comunidades, como veremos adiante, tem o Recife como base geográfica.

O perfil do integrante dessas novas tribos de cinéfilos – os cibercinéfilos – também mostra semelhança com os subgrupos culturais de Hebdige. São pessoas jovens, com laços de amizade mais fluidos, menos geográficos. E eles mostram uma capacidade inquestionável – embora complexa – de resistência cultural. A pirataria de filmes através da WWW é, por si só, um tipo de resistência (e, de alguma forma, também significa uma crítica em si mesma). O século XXI, nesse aspecto, recicla e revive o século XVIII. Em 1931, A. J. Beljame descreveu assim o surgimento da esfera pública clássica:

“A difusão da cultura geral em todas as direções unificava todas as classes sociais. Os leitores não eram mais segregados em compartimentos estanques de puritanos e realistas, corte e cidade, metrópole e província: todos os ingleses eram agora leitores.”
(Beljame *apud* Eagleton, 1991: 7).

Se substituíssemos as palavras ‘leitores’ por ‘internautas’ e ‘Inglaterra’ por ‘mundo’, poderíamos perfeitamente estar nos referindo à

internet. Não se trata, afinal, de coincidência: a WWW parece mesmo ter potencial para, segundo a descrição de Terry Eagleton, horizontalizar (ao mesmo temporariamente) os privilégios sociais e políticos dos cidadãos, dando vozes de igual calibre a todos, e permitir então um debate livre de idéias. Estaria formada, assim, uma esfera publica virtual. Por enquanto, essa utopia está distante de ser realizada. Mas a crítica, por outro lado, já percebeu que o resgate de sua função original de resistência pode ser feito a partir do ciberespaço, e por isso o está utilizando – como veremos a seguir – para a constituição de um novo espaço discursivo global.

As características gerais que unem os cibercinéfilos, entre os quais os próprios críticos, em comunidades virtuais, são o gosto pelo cinema e o uso da internet como forma de reconfigurar suas práticas de consumo em múltiplos níveis. Assim, observamos a formação de uma cultura subterrânea, minoritária, mas que usa as possibilidades quase ilimitadas de comunicação para estabelecer contatos sem barreiras geográficas e criar uma teia de relações humanas entre seus integrantes.

O cibercinéfilo, como se pode perceber, não difere muito do cinéfilo clássico; ele é uma atualização contemporânea do sujeito que lia as revistas especializadas em cinema, nos anos 40. O que muda, na realidade, é o ambiente de “universalidade total”, para usar um termo de Pierre Lévy (1999). A atitude do cibercinéfilo no ato de consumir cinema é de resistência. Vejamos algumas formas de exercício desse consumo.

Para começar, o cibercinéfilo busca informações sobre os filmes em *sites* independentes (bons exemplos são os famosos *Rotten Tomatoes* e *Ain't It Cool News*, nos Estados Unidos, e o *Cinema em Cena*, no Brasil). Ele lê comentários sobre os filmes em *message boards* (espaço para trocas de recados em *sites*) e em listas de discussão (cujos integrantes trocam *e-mails* comentando os filmes uns para os outros). Dessa forma, fica sabendo quais os filmes que os demais cibercinéfilos recomendam.

Atualmente, uma pequena parcela dos cibercinéfilos vai ainda mais longe no ato de resistir culturalmente. Essa parcela, que tem condições de manter em casa conexões de alta velocidade, baixa filmes pela

internet e assiste no computador. É uma prática ilegal. De sua maneira, o cibercinéfilo desafia a indústria do cinema. Ele ainda pode escrever comentários a respeito dos filmes que viu e fazer circular essas protocríticas nas comunidades virtuais, criando sucessos espontâneos que independem da verba investida em marketing – esses foram os casos, por exemplo, dos filmes *A Bruxa de Blair* (1999) e *Casamento Grego* (2002). Ambos tiveram arrecadações acima de US\$ 200 milhões, a partir de divulgações na base do boca-a-boca (ou melhor, do tela-a-tela).

Examinando-se a estrutura circular dessas comunidades, é possível perceber que, nelas, a noção de esfera pública é tornada viva. Essa nova esfera pública deve ser vista como uma dimensão do ciberespaço que os amantes do cinema podem usar para debater (e resistir culturalmente). Não há diferenças entre quem fala e quem lê; todos têm a possibilidade de se manifestar. A dinâmica de linguagem desse espaço oferece as condições para que o crítico constitua seu discurso nos moldes do que Bakhtin chama de dialogismo: debatendo com outras vozes e opiniões.

Nesse ponto, abre-se uma perspectiva totalmente nova para o exercício da crítica. Como já vimos, os críticos-jornalistas perdem a função de *gatekeeper*. Qualquer cinéfilo pode ser crítico, ingressando nas comunidades virtuais, compartilhando opiniões, participando ativamente do debate. Deixam de ser meros receptores de informação, para tornar-se participantes dinâmicos da contra-esfera pública, com possibilidade de interferir no discurso dos críticos, e até mesmo de virar um.

Essa atitude demonstra um mérito da cibercultura: ela oferece uma base tecnológica mais ampla para o exercício da resistência cultural do que, por exemplo, era possível encontrar nos subgrupos estudados por Hebdige. Talvez por isso, a resistência das antigas subculturas baseava-se mais na moda (penteados, roupas), na medida em que os grupos tinham que se comunicar através de códigos, de signos de consumo. Aqui não; qualquer cibercinéfilo pode jogar sua voz no ciberespaço, pois ela vai ser apanhada e reverberada por comunidades virtuais na WWW. Há a possibilidade de uma comunicação global mais efetiva.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Todas essas mudanças – em especial a cibercinefilia e o surgimento de um espaço discursivo transnacional – modificam o papel do crítico de cinema. Não se trata só de um movimento de padronização jornalística, mas de um abalo na própria função do crítico. Esse profissional fica entre dois pólos que se repelem: de um lado a cibercultura, que propicia o surgimento de um novo espaço de constituição do discurso; de outro os jornais em crise, tentando dominar essa mesma cibercultura, através do tratamento cada vez mais padronizado da informação.

Essa mudança na função social do crítico de cinema termina por traduzir de forma evidente a crise da atividade. A padronização que conseguimos perceber nos filmes e nos jornais se reflete no discurso do crítico – especialmente no crítico-jornalista. E, se a consolidação da internet propicia a esse profissional a oportunidade de fazer florescer uma nova esfera pública, por outro lado é preciso verificar que o contexto sóciopolítico contemporâneo é inteiramente diferente daquele vivido pelos críticos responsáveis pela constituição da esfera pública clássica, conforme descrito por Eagleton (1991). Mesmo assim, Pierre Lévy (1999) proclama o retorno da esfera pública através da formação de comunidades virtuais cada vez mais atuantes e numerosas:

“A esfera do debate público emergiu na Europa durante o século XVIII, graças ao apoio técnico da imprensa e dos jornais. No século XX, o rádio (sobretudo nos anos 30 e 40) e a televisão (a partir dos anos 60) ao mesmo tempo deslocaram, amplificaram e confiscaram o exercício da opinião pública. Não seria permitido, então, entrever hoje uma nova metamorfose, uma nova complicação da própria noção de ‘público’, já que as comunidades virtuais oferecem, para debate coletivo, um campo de prática mais aberto, mais participativo, mais distribuído que aquele das mídias clássicas?” (Lévy, 1999: 129).

A resposta não é tão simples quanto Lévy faz parecer. Hoje, os críticos culturais são minoria. A cinefilia, que agora conta com um dispositivo tecnológico capaz de abolir as barreiras de emissão e recepção de informação, não passam ainda de subculturas, com poder de

resistência relativo, exercido através das mesmas práticas – o consumo, a cultura *pop* – que condenam. Terry Eagleton resume assim o paralelo entre as duas esferas públicas, a clássica e a virtual:

“As formas de *associação* pública da esfera burguesa tradicional são substituídas por uma *homogeneização* ideologicamente poderosa, um sucedâneo de sociabilidade, que pouco mais é que o efeito nivelador da mercadoria.” (Eagleton, 1991: 114).

Os grifos são do próprio Eagleton, mas sublinham perfeitamente o ponto nevrálgico da crise da crítica: a padronização dos discursos. Nesse sentido, pode-se afirmar que a internet oferece a base tecnológica para a utopia da nova esfera pública, mas por enquanto só constituiu de fato um primeiro estágio disso – um espaço discursivo. Essa dimensão de debate está traduzida nos *sites* e nas listas de discussão de cibercinéfilos.

Os cinéfilos estão em contato entre si, e esse contato é global e instantâneo. A internet traduz o ideal da compressão espaço-temporal de Harvey. Contudo, o primeiro efeito que a constituição desse novo espaço discursivo exerce é, de fato, no sentido favorável ao movimento de padronização das narrativas críticas. Afinal, a constituição dos discursos individuais desses críticos precisa perceber o contexto social em que vivem, um contexto marcado pela progressiva homogeneização das referências culturais, das práticas de consumo.

Nesse contexto social, os valores locais são continuamente absorvidos pelos valores transnacionais. A globalização cultural, em todas as suas facetas (a cultura *pop*, as subculturas, a indústria cultural, a compressão do espaço e do tempo), também se aproveita da base tecnológica oferecida pela internet para exercer um movimento contrário à constituição da nova esfera pública. Esse movimento nasce dos próprios críticos, a partir das referências culturais que compartilham, independente de onde estejam localizados, e é traduzido num impulso rumo a uma padronização ainda mais forte das narrativas. Diante desse panorama, é natural que a tensão entre o crítico e o público continue aumentando.

Um ponto fundamental para que se entenda esse aspecto da crise é o fato de que o discurso acusatório é um clichê, uma narrativa que

também se insere num espaço discursivo global. A voz que se levanta contra o crítico, acusando-o de não ter autoridade cultural, não tem rosto, e existe em todo lugar. Mas é preciso atentar para um detalhe: o espaço discursivo de onde emerge o clichê do 'crítico chato' é anterior à internet e remete mesmo ao conceito de discurso utilizado por Pierre Bourdieu (1996) e Dominique Maingueneau (2000), entre outros:

"O discurso só adquire sentido no interior de um universo de outros discursos, lugar no qual ele deve traçar seu caminho. Para interpretar qualquer enunciado, é necessário relacioná-lo a muitos outros – outros enunciados que são comentados, parodiados, citados etc." (Maingueneau, 2000: 55).

A aproximação entre os discursos individuais da crítica obedece a um fenômeno anterior ao ciberespaço e obedece a diferentes formas de estabelecer diálogos entre dois textos. Dentre essas formas estão a intertextualidade e a interdiscursividade. A primeira significa, segundo José Luiz Fiorin, "o processo de incorporação de um texto em outro, seja para reproduzir o sentido incorporado, seja para transformá-lo" (Fiorin, 1994: 30). Interdiscursividade, por sua vez, é "o processo em que se incorporam percursos temáticos e/ou percursos figurativos, temas e/ou figuras de um discurso em outro" (Fiorin, 1994: 32).

Podemos identificar, na intertextualidade, a disseminação e a apropriação do discurso-clichê contra o crítico, pelo público de consumidores passivos. Em resumo, trata-se do mesmo 'texto' que é apropriado e utilizado por diferentes sujeitos, em tempos e espaços diferentes. Já a interdiscursividade explica o diálogo mantido pelos críticos de cinema entre si, algo que ajuda a explicar, do ponto de vista da linguagem, a padronização dos textos que ocorre mesmo antes da internet: os críticos lêem e comentam uns aos outros. Grande parte das críticas faz referência, consciente ou não, a outras anteriores. Entre os textos, o que difere é a forma como cada crítico cita ou se apropria das idéias originárias desse interdiscurso. Isso é natural; o interdiscurso é um princípio fundamental do funcionamento da própria linguagem.

Muitos pesquisadores identificam a interdiscursividade e a intertextualidade, nas narrativas da cultura de massa, como característica da pós-modernidade. Julia Kristeva (1982) ajuda a definir esse fenômeno. Pierre Bourdieu (1996) vê a intertextualidade no âmbito mais amplo do jornalismo e a acusa de gerar um círculo vicioso, capaz de uniformizar a pauta dos jornais (uns copiando os outros) e torná-los quase idênticos.

Para Maingueneau (1997), o sujeito não é uma entidade homogênea, mas o resultado de uma estrutura complexa de relações com a sociedade, que se manifesta das mais diversas formas, inclusive inconscientes. Isso caracteriza o que Bakhtin chama de polifonia: dentro da narrativa não existe uma única voz, mas várias vozes que se sobrepõem.

O espaço interdiscursivo global – o primeiro estágio da esfera pública virtual – deve ser visto como território de luta ideológica. Nesse sentido, é possível perceber que os textos produzidos pelos críticos não são senão uma extensão material desse embate de idéias, que se trava fora dos indivíduos. As narrativas individuais dos críticos espelham uma querela que tem origem não dentro da dimensão da crítica, mas da atividade que ela pretende analisar: o próprio cinema.

Os fenômenos de intertextualidade e interdiscursividade, observados nas críticas, ficam palpáveis quando os textos são postos lado a lado: as narrativas se comunicam. Nos casos mais dinâmicos, os textos estabelecem um diálogo entre si; nos piores exemplos, transformam-se em pastiche, imitação sem valor.

Em alguns casos, é possível notar que existe uma intenção do crítico em usar do interdiscurso para alimentar a própria narrativa. Em outros, essa atitude parece ser inconsciente. Nas duas situações, quando exercita opiniões remetendo a outros discursos, o crítico recorre a elementos já conhecidos, o que cria um efeito de evidência. Maingueneau lembra que não existem discursos autofundados; enunciar é, para ele, se situar em relação a algo já dito antes:

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

“De forma mais geral, a toda formulação discursiva é associada uma memória discursiva, constituída de formulações que se repetem, recusam e transformam outras formulações. ‘Memória’ não psicológica que é presumida pelo enunciado enquanto inscrito na história.” (Maingueneau, 1987: 115).

Essa interdiscursividade pode gerar conseqüências positivas ou não. Quando os espaços discursivos reduzem a importância do autor em prol de uma negociação teórica coletiva, o resultado pode ser saudável. Mas, quando não dialoga de forma eficiente com outros espaços discursivos (o público), a crítica reforça a falta de diálogo com os leitores.

Restabelecer o contato entre as figuras do crítico e do leitor, pois, surge como única possibilidade de resgate da crise da atividade da crítica. Chegando-se a essa constatação, atinge-se de pronto outro problema: como fazê-lo utilizando os jornais contemporâneos? O jornalismo é, afinal, um dos pilares da indústria cultural. E a padronização dos jornais, como vimos, exerceu uma influência importante na diminuição do espaço reservado à atividade da crítica nas páginas dos suplementos culturais.

A internet surge como resposta possível. A partir do espaço discursivo criado pelas comunidades de cinéfilos, os críticos podem organizar resistência cultural. A cibercrítica, assim, se constitui como maior oportunidade para o resgate do futuro da crítica. Não é coincidência, portanto, o fato de que grande parte dos críticos atuais exercem sua atividade, paralelamente, nos jornais e na internet. Muitos deles montam *sites*, em busca de liberdade de estilo. É o caso dos pernambucanos que exercem a atividade: atualmente, todos os críticos dos três jornais do Recife possuem *web sites*.

4.3 O Recife

Em Pernambuco, os críticos tiveram o cotidiano duplamente afetado pela chegada da internet, em 1994. Os jornais receberam o primeiro impacto, pois a WWW era encarada, desde o começo, como ameaça. Em poucos meses, os jornalistas da cidade comentavam a respeito da inevitabilidade de uma crise dentro dos jornais, causada pela concorrência com os noticiários *on-line*, que começavam a aparecer.

Essa crise, mais ampla, já existia: tanto DP quanto JC fechavam seguidos balanços no vermelho. As dificuldades de ambos também passaram a ser compartilhadas por um terceiro jornal impresso, a *Folha de Pernambuco*, a partir de 3 de abril de 1998. De perfil diferente dos outros, a *Folha* surgiu com a proposta de investir num noticiário popular, enfatizando notícias sobre polícia, economia popular e celebridades. Vendido em 110 cidades, o jornal chegou a atingir picos de vendagem superiores a 50 mil exemplares, entre 1998 e 1999, estabilizando-se na marca de 37 mil cópias vendidas em banca.

Com esse perfil, a *Folha* reservava um espaço secundário para a crítica. Seus textos são ainda mais curtos e a fonte usada nas letras é maior. A *Folha* também adota o esquema da crítica-ícone. As críticas de cinema aparecem, no caderno de cultura, sem destaque. Em geral, ganham capa só às sextas-feiras, ocasionalmente, aparecendo muito mais nas páginas internas.

Os três jornais possuem, atualmente, edições *on-line*. O *Jornal do Commercio* foi o primeiro a lançar um *web site*, em dezembro de 1994. Durante o primeiro ano, porém, havia muito medo de que o *site* afetasse as vendas. No decorrer de 1994, afinal, o JC conseguiu tomar a liderança em vendas, atingindo uma circulação de 50 mil exemplares/dia, enquanto o concorrente continuava na faixa dos 30 mil.

A atitude cautelosa da direção do JC acompanhou as reações da imprensa internacional. O conteúdo disponibilizado na rede era mínimo: apenas a primeira página e os cadernos de Ciências e Meio Ambiente

(diário) e Informática (semanal). O DP, cujos repórteres ainda escreviam na época em máquinas datilográficas, lançou sua edição *on-line* em meados de 1995. Apenas um jornalista, Kennedy Michiles, cuidava da página. A grande atração do *site*, contudo, era a inclusão de pequenos vídeos, mostrando gols de times pernambucanos.

A partir de 1997, como o mercado continuava estável, os dois maiores jornais decidiram montar redações específicas para o conteúdo *on-line*, acompanhando uma tendência mundial. Ambos mantiveram *web sites* com o mesmo conteúdo dos jornais impressos, durante o ano de 1996, e continuavam aumentando a média de acessos. Em 1998, por exemplo, o *DPNet* recebia em média 8 mil acessos por dia, um número que crescia na faixa de 30% a cada mês. As duas redações, com cerca de quinze funcionários cada, se equivaliam, bem como o conteúdo dos *sites*, sempre contemplando o conteúdo das edições impressas, acrescido de atualizações diárias.

A *Folha de Pernambuco*, por sua vez, foi lançada na *web* ao mesmo tempo em que nas bancas. Mas o veículo não possui, até hoje, redação exclusiva para a internet, e disponibiliza apenas parte do conteúdo do jornal. Dos três, é o único a não oferecer mais do que duas semanas de edições anteriores para busca gratuita. Também é o único que não está atrelado a nenhum portal de notícias, modificação que os dois jornais hegemônicos do Recife efetuaram no mesmo ano (1998).

A estratégia de associação em portais procurou seguir a tendência internacional. O JC integrou-se ao sistema UOL, enquanto o DP preferiu investir em um portal regional, o *Pernambuco.com*. No primeiro caso, o JC não mudou seu sistema de conteúdo; no segundo, o *Diario* apenas agregou *sites* de artistas e colunistas que escreviam sobre assuntos ligados à cultura adultescente, como revistas em quadrinhos, esportes radicais e música *pop*, buscando atrair um leitor de perfil mais jovem.

A próxima mudança ocorreu na reedição da edição impressa. Até meados de 1999, a manchete do *JC On Line* era sempre a mesma do JC, e o mesmo acontecia com o DP. Com autonomia editorial, porém, os dois

web sites investiram no cinema, sempre um assunto procurado pelos internautas, sempre com chamadas de primeira página nos *sites*, embora quase nunca emplacasse manchetes de capa das edições impressas.

Duas observações interessantes devem ser feitas a esse respeito. Primeiro, o conteúdo exclusivo dos dois portais prioriza assuntos ligados à juventude. Isso confirma o perfil do internauta jovem e globalizado. A segunda observação insere o assunto específico da crítica pernambucana na internet. Embora os filmes (sempre encarados como opções de lazer) estejam até hoje, toda sexta-feira, nas capas do *JC On Line* e do *DPNet*, os dois *web sites* usam um critério semelhante de edição: esses *hiperlinks* jamais apontam para as críticas dos filmes, mas sim para uma breve sinopse com a indicação dos endereços e telefones das salas de projeção, além dos horários em que os filmes estão sendo exibidos. Trata-se da materialização do conceito do 'jornalismo de serviço' dentro da *web*.

O lugar da crítica de cinema pernambucana dentro dos portais de notícias da internet local, portanto, é tão escondido quando o espaço que ela ocupa nos jornais impressos. Isso é um dado realmente sintomático, quando se sabe que, ao contrário do espaço editorial finito dos jornais, a WWW permite a edição de quantos textos forem necessários. Os críticos poderiam ter muito espaço, mas isso não acontece: atualmente, seus textos só podem ser encontrados dentro das versões *on-line* dos suplementos culturais, exatamente iguais às edições impressas.

O pior é que as páginas de serviço de cinema do *JC On Line* e do *DPNet* sequer oferecem *links* para as críticas dos respectivos filmes. Ambas oferecem apenas as sinopses das obras e críticas-ícone: notas que vão de 1 a 5 estrelas, sem qualquer crítica em formato de texto. Esse papel desimportante da crítica dentro dos portais de notícias de Pernambuco segue o mesmo padrão ditado pelos portais gigantes.

A crítica cultural, dentro do *webjornalismo*, é relegada a um plano pouco importante. Talvez isso ajude a explicar porque os críticos de cinema sintam necessidade de organizar, eles mesmos, seus *sites*. No Recife, todos os críticos em atividade atualmente nos jornais possuem

sites. Críticos que não encontram espaço dentro do jornalismo impresso também recorrem ao mesmo expediente, como veremos adiante.

A produção de notícias e críticas de cinema na WWW é intensa. Há inúmeros *sites* sobre o tema. A esmagadora maioria, contudo, dedica-se a fofocas sobre futuros filmes ou celebridades, ou tornam-se bancos de dados. São os casos, respectivamente, do *Ain't It Cool News* e do *Internet Movie Database*, os dois maiores *sites* de cinema dos Estados Unidos. O primeiro dedica-se a espionar os *sets* de filmagens das produções futuras, enquanto o segundo coleciona dados sobre mais de 400 mil filmes.

Esses dados mostram como o projeto de retomada da esfera pública no ciberespaço está distante da realidade. Por enquanto, o formato diluvial da informação na Internet contribui para acentuar a cultura da informação ligeira. O mais famoso *site* de críticas, o *Rotten Tomatoes*, é prova disso. O *site* dá destaque absoluto à crítica-ícone.

O *Rotten Tomatoes* é o que especialistas chamam de *linking site*: não tem conteúdo próprio, mas agrupa *links* para críticas publicadas em jornais e *sites* de cinema no mundo inteiro. No ar desde 1998, o *web site* recebe dois milhões de visitas mensais e possui um arquivo com 200 mil *links* para críticas *on-line*. Para utilizar o conteúdo do RT, o leitor deve procurar, através de um sistema de busca, o filme que lhe interessa. Na página gerada a partir do resultado da busca realizada, o leitor fica diante do paraíso da crítica-ícone: no alto, em primeiro plano, há um termômetro em escala de 0 a 100, que fornece a média dos conceitos estabelecidos para o filme em questão pelos críticos do mundo inteiro.

Esse termômetro, em si já uma simplificação, abre espaço para uma segunda simplificação: de acordo com a média obtida, os filmes são divididos em duas categorias, denominadas *fresh* (frescos) e *rotten* (podres). Os filmes cuja 'temperatura' fica abaixo de 60 são identificados com a figura de um tomate estragado. As obras com média superior a 60 ganham o carimbo do tomate fresco. É o supra-sumo da crítica-ícone.

Um exemplo: na página gerada a partir de uma busca por *Star Wars – Ataque dos Clones*, a primeira informação que se pode ver é o

termômetro, que marca a média de 63. Ao lado da escala, o leitor fica sabendo que o *site* possui *links* para 177 críticas diferentes do filme, em várias línguas, sendo 112 críticas positivas e 65 negativas. O restante da página é composto por frases (retiradas dos textos originais das críticas citadas). Cada frase origina um *link* para as 177 críticas – uma a uma. Cada frase está ilustrada, também, com um símbolo que representa o ‘estado’ do tomate reservado ao filme pelo crítico em questão.

O *Rotten Tomatoes* mostra que, na internet, a crítica está a cada dia mais residual. Críticas de uma frase, ou simplificadas por ‘tomates’, estão na ordem do dia, especialmente do ‘falso dia eletrônico’ de que fala Paul Virilio (1993): o pensador francês observa que, na internet, não existem horários. Mas o *site* pode ser interpretado de outra forma: as buscas podem dar ao público a opção de aprofundar-se nas críticas. Se tiver vontade de seguir cada um dos 177 *links*, no exemplo de *Star Wars*, um leitor hipotético poderia estar diante de um rico painel da crítica – um universo largo que nenhum jornal ou revista conseguiria oferecer.

Pode-se argumentar que tamanha quantidade de críticas seja excessiva. Mas, no vasto oceano do ciberespaço, vemos que Pierre Lévy e Jean Baudrillard podem conviver. Esse tipo de vastidão informativa foi, a rigor, o primeiro atrativo que o ciberespaço demonstrou, para os críticos de Pernambuco. Eles viram na internet a oportunidade de exercer a crítica em sua plenitude, sem amarras de espaço, de linguagem, de censura.

“A Internet é a vastidão, é o espaço onde as normas editoriais dos jornais não se aplicam e nem existem, é o canal para você, do ponto de vista formal, usar gírias, relaxar no texto, coloquializar sua argumentação para torná-la mais próxima de todos os leitores, e, do ponto de vista do conteúdo, estabelecer as mais loucas premissas para iniciar ou referendar seu texto.” (Veras, 2003)¹¹.

“Na *web*, tenho total liberdade de escrever do jeito que eu quero, até sendo mais pessoal e incisivo. Sobre ‘tamanho’, penso exatamente o oposto (...), quanto maior for o texto, melhor para o leitor. E tenho provas de que as pessoas lêem tudo, até o fim,

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

pelos *e-mails*. No *site*, textos saem mais longos, sem os cortes impostos pela edição do jornal.” (Mendonça Filho, 2003)¹².

A movimentação dos críticos do Recife na internet começou a partir de 1998. Neste ano, surgiram o *CinemaScopio* e o *Kinema*. Os dois *sites* possuem perfis semelhantes: são editados por críticos saídos dos jornais (Kleber Mendonça Filho, que acumula o *CinemaScopio* com o JC, e Ernesto Barros, ex-JC e DP, responsável pelo *Kinema*). Antes de examinar as razões dessa interseção entre crítica jornalística e cibercrítica, contudo, precisamos verificar uma mudança no perfil dos críticos recifenses.

No capítulo anterior, vimos que DP e JC vêm investindo, desde os anos 90, num leitor de perfil jovem. Dessa forma, os dois jornais necessitam de críticos que compartilhem com esse leitor os jargões *pop*, as referências culturais; críticos e público, de fato, passam a ter perfis de consumo semelhantes. Essa estratégia busca aproximar a linguagem dos jornais das referências do leitor, cuja idade média cai para 30 anos.

Dessa forma, na segunda metade dos anos 90, o perfil do crítico no Recife muda. O crítico não estudou cinema (Alexandre Figueirôa) ou filosofia (Celso Marconi) na academia. Ele é um cinéfilo, e compartilha com o público o conhecimento intuitivo diante dos filmes. É o diploma de Jornalismo que o credencia a exercer a atividade. Os novos críticos gostam de cinema, mas não estudam as teorias da área. O especialista que vai estudar cinema na academia passa a ser visto como alguém cujo discurso, pomposo e técnico, não consegue dialogar com o público. De certa forma, essa visão reverbera a falta de diálogo entre crítica e público – uma das causas/conseqüências da crise da atividade.

Na segunda metade dos anos 90, então, o crítico pernambucano de cinema tem perfil jovem e versado em cultura *pop*. Cada jornal tem ao menos duas pessoas exercendo a atividade. No JC, o crítico passa a ser Kleber Mendonça Filho, a partir de setembro de 1997, secundado por Marcos Toledo, na coluna de vídeo, denominada Videodrome. No DP, o

¹¹ Alguns críticos preferiram dar depoimentos por escrito para a dissertação. Os depoimentos completos estão em anexo, no final do trabalho.

¹² Depoimento ao autor. Ver anexos.

crítico novato é Rodrigo Salem, ajudado por Ernesto Barros (entre 1997 e 1999). Na *Folha de Pernambuco*, a crítica só encontra espaço a partir de 2000, com Carol Ferreira. Quase todos são recém-saídos das universidades (Carol e Toledo, por sinal, começam a exercer a crítica enquanto estagiários).

Há, então, um período de ajuste, no qual Ernesto Barros se afasta do DP para dedicar-se ao *site Kinema*. Alexandre Figueirôa tem uma curta passagem pelo periódico, em 1999. Em 2000, Luciana Veras é promovida ao posto. Essas alterações confirmam o perfil do crítico cada vez mais jovem, de formação jornalística, autodidata no estudo do cinema.

Talvez devido a essa aproximação entre as linguagens do crítico de cinema e do público, é possível perceber um crescente interesse pelo assunto. No JC, as matérias sobre cinema ocupam, desde 2000, o primeiro lugar nas pesquisas anuais sobre os assuntos mais lidos no suplemento cultural (Mendonça Filho, 2003). No DP, pesquisas de *marketing* revelam uma demanda crescente pelo assunto 'cinema', o que resulta em orientações da Diretoria de Redação para que o tema seja abordado com a maior abundância de espaço gráfico possível.

Todo esse ambiente favorável repercute, ainda, com o surgimento de críticos bissextos, jornalistas que exercem a função sem frequência semanal. São nomes como Luiz Joaquim (*site A Ponte* e JC), Thiago Soares (*Folha*), Júlio Cavani (estagiário no DP e no JC) e eu (no DP).

A crítica de cinema no Recife entra no século XXI, assim, em ascensão. O espaço editorial reservado à atividade nos jornais é maior do que na década de 90, e a quantidade de nomes que exercem a crítica também cresce. Ocorre um fenômeno local interessante: a formação de um círculo de cinéfilos agrupados em torno do cinema como arte.

Para isso, a efetivação das Sessões de Arte (que aconteceram durante todos os finais de semana, a partir de março de 1995, nos cinemas da rede Severiano Ribeiro, repetindo experiências de anos anteriores, em cinemas como o Parque) e a abertura de salas alternativas (o teatro do Parque, o cine-teatro Apolo e especialmente o Cinema da

Fundação Joaquim Nabuco, dirigido por um crítico, Kleber Mendonça Filho) contribuem efetivamente. Pode-se dizer que, no Recife, a subcultura dos cinéfilos experimenta uma ampliação que acontece em estreita ligação com o bom momento vivido pela crítica.

O papel da internet dentro desse panorama de revitalização da crítica de cinema não pode passar despercebido. Como já foi dito, a partir de 1998, os críticos recifenses passaram a migrar para o ciberespaço, estabelecendo com a WWW uma relação de troca que exemplifica, em grau local, a experiência descrita por Pierre Lévy a respeito da estruturação de uma contra-esfera pública.

CinemaScopio e *Kinema*, com propostas editoriais semelhantes (a valorização da crítica), obtêm contudo resultados distintos. O *Kinema* passa por uma fase de poucas atualizações. Barros mantém o *site* vinculado ao portal *PE 360 Graus*, sem no entanto atualizá-lo semanalmente, o que faz com que a audiência permaneça em torno de 80 acessos diários. O acervo de críticas é relativamente modesto, com pouco mais de 100 textos e algumas matérias especiais, além de uma coleção de 321 cartazes de filmes (facilmente encontráveis na internet, diga-se).

Já o *CinemaScopio* permanece como o exemplo mais bem sucedido da crítica recifense na internet. Vinculado ao UOL, o *site* recebe de 300 a 320 visitantes por dia, número que chega a atingir 15 mil em ocasiões especiais (como a cobertura do Festival de Cannes, que Kleber Mendonça Filho realiza desde 1998), quando o UOL dedica ao *site* chamada de capa.

Esses números são bons e ruins, ao mesmo tempo: indicam, de um lado, o fortalecimento da subcultura dos cinéfilos, agora transformada numa comunidade virtual (os cibercinéfilos). De outro lado, porém, percebe-se (pela subida anormal da taxa de visitantes em dias de chamada de capa) que a maioria dos internautas apenas segue o fluxo indicado pelos portais de notícias, sem navegar livremente pela *web*, como quer André Lemos.

A experiência do *CinemaScopio* comprova que a internet tem de fato a capacidade de colocar em comunicação instantânea, sem barreiras

de tempo e espaço, as pessoas que compartilham vínculos socioculturais. Isso indica a virtualização das subculturas de Hebdige, agora transpostas para o ciberespaço: comunidades estruturadas a partir de formas de consumo recicladas para funcionar como bastiões de resistência cultural. A grande questão que transborda dessa análise é, então, se os cibercinéfilos conseguirão estruturar uma esfera pública global.

Outro exemplo dinâmico do crescimento da comunidade de cinéfilos do Recife é o Cinemail. A iniciativa merece crédito especial por se tratar do único espaço para a crítica impressa de cinema, em Pernambuco, que não é exercida por jornalistas. O Cinemail é uma *newsletter* (boletim distribuído por e-mail) que circula semanalmente, às sextas-feiras, por uma comunidade virtual – e crescente – de 750 cinéfilos.

O responsável pelo Cinemail é um *designer*, Fernando Vasconcelos, que se encaixa no perfil no novo crítico: jovem e com formação intuitiva. A história do surgimento do Cinemail ilustra um caso de surgimento espontâneo de uma comunidade virtual, à moda de Pierre Lévy (1999), e sua transição/ajuste ao conceito de subcultura, de Hebdige (1979), a partir da constituição de um espaço discursivo específico e de uma contra-esfera pública virtual, segundo a definição de Eagleton (1991).

“Quando comecei a usar *e-mail*, muitos amigos me perguntavam sobre filmes. ‘Vale a pena ver esse? Esse filme é legal? Já estreou tal filme?’ A tendência de acontecer isso era maior na quinta e sexta e eu comecei a listar os filmes em cartaz, eventualmente comentando-os, e a mandar tudo para os amigos. Como sou *designer* gráfico, naturalmente o formato ilustrado aconteceu. Com o tempo, como internet é uma coisa que cresce descontroladamente, fui conhecendo pessoas do meio jornalístico e dos escritórios de promoção de filmes.”¹³ (Vasconcelos, 2003).

O Cinemail é a crítica exercida em modo mais similar ao ambiente em que ela floresceu, no século XVIII: um informativo de nascimento espontâneo e sem preocupação com o lucro, que nasce do livre debate de idéias, em uma contra-esfera pública. Há que se perceber, entretanto, um

¹³ Depoimento ao autor. Ver anexos.

detalhe significativo: apesar do caráter alternativo, o informativo *on-line* compartilha, com a crítica jornalística, critérios similares de constituição do discurso e padrões de edição idênticos aos da imprensa escrita.

De fato, todas as iniciativas *on-line* da crítica de cinema em Pernambuco devem ser vistas de forma dialética. Os *web sites* (inclusive o *Última Sessão*, organizado por Luciana Veras e Carol Ferreira, em 2001, e no ar até hoje sem atualização) e a *newsletter* ilustram tentativas concretas, que emergem da comunidade virtual dos cinéfilos pelas mãos de pessoas que lutam para conseguir autoridade cultural para fazê-lo – os críticos –, de oferecer uma alternativa de resistência aos valores socioculturais propagados pela mídia dominante.

Apesar disso, os espaços virtuais da crítica trazem junto consigo as maneiras hegemônicas de narrar. A forma de edição seguida pelos *sites* e pelo Cinemail é similar ao seguido por todos os jornais (os filmes que estão estreando, ou evento/festivais, ficam nas manchetes); a crítica-ícone tem espaço garantido (Cinemail, *Kinema* e *CinemaScopio* utilizam estrelas); a linguagem utilizada, com críticas em formato sempre impressos, é similar. Apesar de as novas tecnologias utilizadas na WWW poderem romper com esse padrão, oferecendo a possibilidade do uso de imagens em movimento e sons, as palavras continuam a dominar a cibercrítica. Esse potencial não utilizado é percebido por Carol Ferreira:

“A crítica que existe na Internet ainda é muito amarrada à crítica dos meios convencionais. A informalidade da Internet abre espaço para uma maior informalidade também do texto e isso talvez seja a característica que mais se destaca do que é produzido diretamente para o meio, mas as possibilidades da rede ainda são muito pouco utilizadas, como o poder interativo e multimídia da Internet, por exemplo.”¹⁴(Ferreira, 2003).

A padronização seguida na forma de apresentação da crítica, dentro das iniciativas *on-line* que existem em Pernambuco, também pode ser observada no conteúdo das narrativas dos críticos. Se postas lado a lado e comparados, as críticas compartilham semelhanças e códigos culturais,

¹⁴ Depoimento ao autor. Ver anexos.

entre si e com os textos produzidos em outras cidades. Isso é tido como o último estágio da crise da crítica, em que as narrativas utilizam referências parecidas. O fenômeno é percebido por Luciana Veras:

“No âmbito global, creio que as críticas se equiparam e, assim, produzem narrativas parecidas. Talvez não na forma ou no conteúdo, mas uma crítica de Elvis Mitchell do *New York Times* sobre *Fale com Ela* é similar a um texto de Inácio Araújo sobre o mesmo filme. Por quê? Porque hoje se lida com as mesmas informações e os mesmos propósitos. (...) Hoje, poucas são as fronteiras do cinema, e um filme americano, espanhol, iraniano ou russo chega da mesma forma nos EUA e aqui, e junto com ele vem sua bagagem, sua cultura. Isso tudo é relevado pelo crítico na hora de escrever, seja ele baseado na China ou na Guiana Francesa.” (Veras, 2003).

Esse fenômeno da padronização, contudo, tem um lado positivo. Ele demonstra claramente que a crítica de cinema não é composta por indivíduos isolados. Os críticos de cinema se lêem. Eles são responsáveis pela formação de um espaço discursivo transnacional ocupado por todos os que lidam com a atividade. É nesse espaço que grande parte dos críticos vai buscar referências para escrever seus próprios comentários. O espaço discursivo deve ser visto como um grande rio, ao qual cada um dos milhares de críticos vai juntar sua voz, como um pequeno afluente.

Assim, as perspectivas para o futuro da atividade são indefinidas. Por um lado, o ambiente sociocultural da pós-modernidade sugere a padronização do consumo cultural (e a crítica de cinema exercida atualmente, tanto nos jornais como na internet, reflete isso). Por outro, o ciberespaço materializa a constituição de um espaço discursivo internacional – primeiro estágio para a futura constituição de uma esfera pública – e de diversas experiências de comunidades virtuais que se estruturam em subculturas organizadas e resistentes ao movimento anterior, de globalização cultural. Esses dois fenômenos se contrapõem e se entrelaçam, numa teia complexa e multifacetada. A crítica de cinema contemporânea tem esse dilema a enfrentar nos próximos anos.

5. Estudo de caso: *Minority Report*

5.1 Observações iniciais

Neste capítulo, o problema da padronização da crítica de cinema exercida no Recife será abordado através da análise de todos os textos, escritos pelos críticos locais e ainda disponíveis, sobre um filme: *Minority Report – A Nova Lei* (2002). Ao todo são seis textos, três deles publicados nos jornais do Recife, no dia 2 de agosto de 2002. O quarto foi veiculado pelo informativo Cinemail, na mesma data. Os dois últimos textos foram disponibilizados em janeiro de 2003, quando ocorreu o lançamento do filme em VHS e DVD¹⁵.

O objetivo é identificar nos textos a recorrência de padrões similares entre os raciocínios dos críticos. Para isso, contribuiu o fato de que dois terços dos textos sobre o filme foram escritos e publicados logo em seguida à exibição, ocorrida na mesma data para todos. A intenção, nesse caso, foi ver de que forma os críticos do Recife utilizaram o debate transnacional a respeito do filme para montar as narrativas individuais.

Quis-se constatar de que maneira se constituem os discursos individuais, verificando também se existe diálogo (consciente ou não) entre os discursos estabelecidos pelos textos. Pretende-se também avaliar quais as idéias que foram retiradas do espaço discursivo transnacional da crítica – as narrativas anteriormente disponíveis pela internet – e como cada crítico estabeleceu sua posição diante dessas idéias. Além disso, deseja-se ver como a lógica da cultura *pop* se infiltra no discurso produzido por cada crítico (através do compartilhamento de referências culturais). Para isso, todos os textos serão postos lado a lado, para que seja possível traçar aproximações entre eles.

Minority Report – A Nova Lei foi exibido para a imprensa do dia 31 de julho de 2002. As quatro primeiras críticas foram escritas durante o dia seguinte e publicadas horas mais tarde. Esse curto espaço de tempo

¹⁵ A íntegra das seis críticas está em anexo, no final do trabalho.

não permitiu que houvesse um debate entre os quatro críticos. Nenhum jornalista leu o material que os outros haviam escrito, antes da veiculação. A conclusão que se pode tirar desse fato é que os críticos do Recife tinham como objetivo principal, com os textos que escreveram, se posicionar dentro do espaço discursivo global, materializado pela internet.

Como alguns dos críticos estudados vão perceber, *Minority Report* oferece uma multiplicidade de temáticas que poderiam gerar análises muito distintas. A união dos conceitos de *blockbuster* e filme de arte, a que o filme aspira (característica percebida por dois dos críticos) já admitiria a abordagem do filme por ângulos diferentes, que ilustrariam as duas correntes da crítica, a artística e a ligeira.

O primeiro sinal de homogeneidade da crítica não está nos textos em si, mas nos critérios editoriais dos jornais. A padronização fica evidente quando se observa o espaço que as quatro críticas receberam nos periódicos do Recife. Nos três cadernos de cultura da cidade, naquele dia, as críticas ocuparam a capa. O Cinemail também foi aberto com a crítica do filme. É importante ressaltar que esses critérios poderiam ser diferentes, inclusive porque os três jornais possuem perfis de leitores distintos. Mas isso não ocorreu. Até o Cinemail, editado por alguém que não é jornalista, seguiu o mesmo critério. Essa semelhança diz respeito, portanto, às rotinas jornalísticas, similares em todo o mundo.

De certa forma, seria possível desvendar essa situação recorrendo-se ao motivo pelo qual *Minority Report* foi escolhido para compor o objeto de estudo deste capítulo: Steven Spielberg. Como não dar destaque a um filme dirigido por ele? Obviamente, essa explicação não encerra o problema. Marcelo Coelho (2000) aponta a homogeneidade nos critérios de edição como um processo que remete à industrialização do jornalismo. Se os jornais parecem iguais, se até a divisão em editorias segue um padrão global, é natural que a edição das notícias também se norteie por padrões homogêneos. De fato, todos os cadernos de cultura dos jornais brasileiros, neste 2 de agosto, colocaram Spielberg na capa. A estréia de *Minority Report* foi o acontecimento cultural mais importante da data.

5.2 O filme no cinema

Minority Report imagina como será o futuro da sociedade ocidental em 2054. Para realizar a obra, Steven Spielberg criou uma espécie de universo virtual. É a partir da criação desse mundo artificial, e das possibilidades de exploração das implicações éticas, filosóficas e sociais, que os quatro críticos pesquisados analisam a obra. Além de mim (no DP), Kleber Mendonça Filho, Carol Ferreira e Fernando Vasconcelos chegam, numa análise geral, à mesma conclusão: o filme é bom, mas tem um final fraco. Essa percepção, ressalte-se, é a mesma a que chegou quase toda a crítica internacional. A conclusão do debate interdiscursivo travado na contra-esfera pública virtual foi praticamente unânime.

A maneira como os críticos apresentam essa conclusão permite, contudo, que se reflita sobre as divergências no posicionamento de cada um. Mendonça Filho ilustra isso observando falhas na construção do protagonista, o policial John Anderton (Tom Cruise):

“Como de hábito, vale registrar, Spielberg é incapaz de realmente trabalhar com um personagem duro, e nisso ele mostra-se um hipócrita. Ele implode seu homem falho e sombrio (como ocorreu com Schindler, em *A Lista de Schindler*) numa conclusão cor-de-rosa que nega praticamente todo o clima do que foi apresentado antes.” (Mendonça Filho, 2002).

Kleber reafirma os defeitos observados no final. Carol Ferreira e Fernando Vasconcelos apresentam a conclusão de forma mais direta.

“Mas Spielberg é sempre Spielberg e no terço final Anderton, a Pre-Cog Agatha [Samantha Morton] e o próprio filme quase que literalmente vão por água abaixo, quando o roteiro *prefere explicar tudo bem mastigadinho*, definindo bem claramente quem é vilão e quem é mocinho, partindo para uma narrativa policial banal, inspirada nos filmes *noir* da década de 40. *Spielberg não acredita (mais uma vez) na inteligência do espectador* e ainda completa seu manual explicativo com aditivos melodramáticos além da conta.” (Vasconcelos, 2002).

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Os trechos grifados chamam atenção para um detalhe: eles aparecem em todos os textos, às vezes com a utilização de vocabulário semelhante. Esse fato reforça a impressão de um único fio condutor (uma voz interdiscursiva que percorre os discursos de todos os críticos), que pode ter raiz no compartilhamento das referências culturais. Vejamos:

“O filme seria irretocável, não fosse a equivocada condução da história nos últimos vinte minutos. Depois de permanecer sombrio e corajoso em dois terços de sua duração, *o filme parece não confiar na inteligência do espectador* e parte para uma *conclusão de explicações mastigadas*, dizendo explicitamente o que já havia sido satisfatoriamente insinuado, cheia de maniqueísmos desnecessários.” (Ferreira, 2002).

Vale ressaltar minha observação sobre o final do filme, mais concisa. Em vez de registrar impressões pessoais, o texto apresenta o mesmo problema (o final fraco) de outro ângulo, apontando semelhanças com a conclusão do trabalho anterior de Spielberg.

“Além disso, o filme, bem ao estilo de *Inteligência Artificial*, também parece acabar duas vezes antes de fechar a cortina definitivamente. Mas isso não interfere no resultado final: Spielberg venceu.” (Carrero, 2002).

As semelhanças continuam quando os críticos discutem as imagens geradas no inconsciente dos paranormais que, em 1054, são capazes de prever crimes. Dois deles utilizam critérios estéticos para fazer uma análise da forma como tais imagens são apresentadas ao público.

“Trabalham com videntes (os pre-cogs), que imersos num líquido transmissor de energia cerebral, passam 24 horas por dia sonhando, aparentemente, com a MTV. Essas imagens fragmentadas e estéticas (produzidas pelo Imaginary Forces, responsável pela abertura de *Seven*) são clipes sem música de assassinatos futuros. (...). Anderton edita suas verdades como um maestro nos monitores da Pré-Crimes.” (Mendonça Filho, 2002).

Esse é o trecho das críticas onde fica mais evidente a influência da cultura *pop* no repertório de imagens e metáforas da crítica local. Fernando Vasconcelos opina sobre as visões usando as mesmas idéias:

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

“As imagens dos crimes previstos pelos Pre-Cogs foram produzidas pelo estúdio Imaginary Forces, mais conhecido pelo renascimento do design de créditos de abertura de filmes. As previsões dos Pre-Cogs dão um incômoda impressão de que eles assistem muito a MTV... Essas imagens são mostradas em telas transparentes comandadas por sinais manuais de Anderton, coreografados com movimentos que fazem o policial parecer um maestro robótico orquestrando uma alucinada sinfonia de informação visual.” (Vasconcelos, 2002).

Há outras imagens recorrentes nos quatro textos, mesmo quando os críticos se referem a diferentes personagens e/ou trechos dos filmes. Mendonça Filho e Fernando Vasconcelos vêem influência *noir* no trabalho de Spielberg; o primeiro o vê na construção do personagem de John Anderton, enquanto o segundo o associa à “narrativa policial banal” que, para ele, dá o tom dos filmes produzidos no período da Lei Seca. Detalhe: a influência do estilo *noir* é fartamente abordada no *press release* do filme (dado que favorece a teoria do agendamento da mídia pelo *marketing*).

Outro elemento que se repete nas críticas é a aproximação entre Steven Spielberg e Stanley Kubrick; três dos críticos chamam a atenção do leitor para isso. A aproximação entre os dois cineastas é um clichê que se repete nas críticas internacionais aos filmes de Spielberg desde *Inteligência Artificial* (2000), o projeto de Kubrick que ele concluiu.

“É verdade que a inspiração na obra de Kubrick está presente no filme – há inclusive uma referência explícita a *Laranja Mecânica*, só que com outro contexto e outra finalidade. No entanto, é impossível dizer que *Minority Report* não seja a cara de Spielberg.” (Ferreira, 2002).

Essa opinião é partilhada na crítica que fiz, embora a seqüência em que vi uma homenagem a Kubrick seja diferente.

“É interessante notar que a morte de Kubrick soltou as últimas amarras que prendiam Spielberg ao cinema mais convencional. *Minority Report* não esconde em nenhum momento a profunda influência que as obras do primeiro exercem no pupilo. Pelo contrário: em uma rápida tomada logo na abertura, Spielberg

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

presta uma homenagem-síntese ao mentor, quando a líder de um trio de videntes, Agatha, emerge de sua piscina-prisão murmurando a palavra 'assassinato' (*murder*, em inglês). A cena remete a uma seqüência antológica do clássico kubrickiano *O Iluminado*." (Carrero, 2002).

A visão de Fernando Vasconcelos sobre o assunto é diferente. Vasconcelos visualiza outras inspirações visuais, para ele mais importantes do que a influência kubrickiana.

"Antes de lembrar o cinema cerebral de Stanley Kubrick, cinéfilos mais atentos irão perceber a influência do cinema bizarro e fantástico do inglês Terry Gilliam (*Brazil, Os 12 Macacos*) e do cinema cínico e brutal do holandês Paul Verhoeven (*Total Recall – O Vingador do Futuro, Robocop*)." (Vasconcelos, 2002).

As divergências opinativas que os críticos apresentam diante da influência de Kubrick no trabalho de Spielberg são importantes para demarcar um novo tipo de interdiscursividade que aparece nos quatro textos. É fundamental perceber que quase todos os críticos estudados mostram ter consciência de que o assunto Kubrick/Spielberg já se tornou clichê no espaço virtual onde se dá o debate entre os críticos. O fenômeno da semelhança entre os discursos dos críticos é consciente.

Nesse momento, eles têm a chance de individualizar seus discursos; talvez Kleber tenha sido o único a fazê-lo, ao considerar a questão Kubrick/Spielberg como debate encerrado. Mas os demais críticos adotam estratégias idênticas: fazem referência ao interdiscurso, tentando contudo estabelecer uma voz própria através do uso de referências pessoais, individuais, na comparação entre os cineastas. Daí as alusões a filmes diferentes, como *Laranja Mecânica* e *O Iluminado*.

Nesse caso, os críticos sentem necessidade de posicionar-se de modo enfático. Assim, tentam afirmar opiniões pessoais diante do problema. No caso de *Minority Report*, é possível perceber, nos textos, que a própria sintaxe de construção de algumas frases deixa antever ao leitor a consciência, por parte de dois dos críticos, da existência do debate

prévio; os críticos tentam fazer o leitor compreender que estão a par desse debate e que, a seguir, pretendem se posicionar diante dele:

“Com o lançamento de *Minority Report* nos EUA, muito se falou da influência do espírito de Stanley Kubrick na nova fase da carreira de Steven Spielberg.” (Ferreira, 2002).

A referência aos Estados Unidos e a expressão ‘muito se falou’ deixam evidente que o crítico sabe da recorrência desse assunto. Essa mesma operação é realizada no meu texto sobre o filme. Na primeira frase, anuncio que conheço o debate (com a expressão ‘já foi dito’); na segunda, me posiciono diante dele (‘tal opinião parece um exagero’).

“Já foi dito, inclusive, que o *noir* futurista presta uma homenagem mais honesta ao falecido diretor Stanley Kubrick do que *A.I.*, o projeto do cineasta de *Laranja Mecânica* que Spielberg concluiu. Tal opinião parece um exagero.” (Carrero, 2002).

Há, ainda, outro momento de todas as narrativas em que os críticos voltam a beber da fonte do debate discursivo: a percepção do público a respeito de um suposto olhar infantil de Spielberg. Novamente, os quatro críticos realizam a mesma operação de fazer referência ao debate discursivo para, então, emitir uma opinião sobre ele. Vejamos:

“A sua [de Spielberg] última (e eterna) barreira é destruir a noção de que é incapaz de superar as tendências moralizantes e infantilizantes que rondam seus filmes. Tentando provar isso, quase atingiu o seu fim em *A.I. – Inteligência Artificial*, um filme sobre artificialidade e responsabilidade. Chega bem mais perto no seu novo filme, *Minority Report – A Nova Lei*.” (Ferreira, 2002).

A opinião é a mesma no meu artigo:

“Se ainda existem pessoas que consideram Steven Spielberg uma criança crescida, *Minority Report* deve mudar essa opinião definitivamente.” (Carrero, 2002).

As referências feitas pelos dois críticos a esse tema estão no *lead* dos dois textos. A informação surge destacada dessa forma, nos dois artigos; devido ao uso de uma fórmula jornalística: utilizar, no *lead*, informações que provoquem interesse no maior número de leitores. Anunciar a autoria do filme e dizer que ele é sério é uma forma de

chamar a atenção dos dois públicos, o consumidor passivo e o cinéfilo. Fernando Vasconcelos utiliza o mesmo expediente, na abertura da crítica:

“Ainda bem que Steven Spielberg desistiu de fazer 'filmes com uma mensagem para a família americana'. (...) Steven Spielberg pra mim é *E.T.*, *Tubarão*, *Contatos Imediatos do Terceiro Grau*, *Caçadores da Arca Perdida*, *Encurralado*. Acho o incompreendido (e também irregular) *A.I.* um dos seus melhores filmes. E o homem entende de entretenimento como ninguém. Quando o gênero é aventura e ficção científica, então, ele se esbalda como criança em montanha-russa.” (Vasconcelos, 2002).

Mendonça Filho é o único dos quatro críticos a apresentar essa questão no meio do texto. Ele aproveita para utilizá-la como gancho que leva a outra discussão, a respeito do *status* de que desfruta Spielberg, como criador capaz de realizar a transição entre dois estilos incompatíveis de fazer cinema: o filme de arte e o *blockbuster*.

“*Minority Report* apresenta diferentes níveis de interesse, como um moderno produto do *marketing*. É filme de ação legal e tem verniz intelectual para uma boa discussão.” (Mendonça Filho, 2002).

Em um dos textos, é possível encontrar uma referência velada ao Pequeno Divisor. Interessante é que essa frase, que contrapõe arte *versus* diversão, surge numa frase que utiliza um vocabulário semelhante ao usado por Mendonça Filho.

“Desde já, o filme se configura como um dos maiores candidatos ao próximo Oscar. A obra consegue aliar inteligência e ação, uma combinação que Hollywood costuma adorar.” (Carrero, 2002).

É importante observar a presença de um elemento de *marketing*, o Oscar, no texto acima – um elemento da crítica ligeira. Na seqüência, o texto introduz objetivamente uma outra percepção do filme, também sugerida no comentário de Mendonça Filho: a multiplicidade temática.

“*Minority Report* tem (...) uma multidimensionalidade palpável, verdadeira, muito rara no cinema atual. A nova obra do diretor de *A Lista de Schindler* permite múltiplas leituras, abre as portas de uma série de discussões. A perda das liberdades individuais, o papel da tecnologia no crescente isolamento emocional dos cidadãos, a

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

ilusão de novas relações sociais a partir da configuração de um novo tipo de olhar dirigido pela eletrônica; todas essas questões fundamentais são colocadas por Spielberg, a partir de um roteiro complexo, que constrói um *thriller* envolvente.” (Carrero, 2002).

O texto parece situar o leitor numa encruzilhada, ao indicar três tipos de abordagens que o crítico poderia seguir, gerando três diferentes formas de análise. No entanto, quando se lê a crítica, é possível perceber que nenhuma das possibilidades foi escolhida pelo crítico.

Essa escolha também é deixada a cargo do leitor/espectador, nos outros três textos. Os críticos passeiam rapidamente pelas diversas possibilidades de abordagem (por outras, inclusive, além das três citadas no primeiro texto), as apresentam ao leitor, mas não enveredam por nenhuma. Um exemplo:

“Como uma pessoa pode ser condenada e punida por um crime que ainda não cometeu?” (Ferreira, 2002).

A pergunta reaparece no meu texto:

“Seria admissível prender alguém que, em teoria, ainda não é um criminoso?” (Carrero, 2002).

Em essência, os quatro textos percorreram caminhos semelhantes e cumpriram os mesmos objetivos: (1) forneceram sinopses da ação; (2) indicaram possíveis caminhos de reflexão, sem no entanto realizá-la; (3) tentaram identificar influências estéticas e temáticas no filme; e (4) emitiram conceitos ligeiros a respeito da obra e do seu autor.

Há ainda uma última observação a ser feita: a utilização generalizada da crítica-ícone. No DP, *Minority Report* recebeu nota 4. Kleber Mendonça Filho não deu nota no JC (o periódico é um dos raros jornais a não adotar nenhum sistema de crítica-ícone), mas cravou 3 ½ estrelas no *CinemaScopio*. Carol Ferreira avaliou o filme como ‘bom’ (rosto sorridente) na *Folha*, mesmo conceito atribuído por Fernando Vasconcelos no *Cinemail*. O semanário eletrônico, aliás, informa ainda uma segunda crítica-ícone: a nota 9,2 (de 1 a 10) do Rotten Tomatoes.

5.3 O filme em *home video*

Quatro meses depois de sair de cartaz dos cinemas, *Minority Report* foi lançado no mercado de *home video*. Dessa vez, não houve consenso nos critérios de edição. O *CinemaScopio* e o *Cinemail* não fizeram menção ao lançamento. O *JC* também não trouxe a informação. O *DP* publicou uma crítica de um quarto de página, na coluna de vídeo, no dia 18 de janeiro, na semana em que o filme chegou às lojas; o texto foi assinado por Luciana Veras. O *site Kinema* também postou uma crítica.

De novidade, no texto de Ernesto Barros, encontramos citações de outros filmes; Barros encontra, em *Minority Report*, ecos de Alfred Hitchcock e Carl Dreyer. Ele compara Spielberg e Kubrick, mas compartilha com Luciana Veras menções a várias cenas, já citadas nas críticas publicadas antes, que considera destacadas.

“Entre tantas seqüências espetaculares – como a perseguição nas estradas magnéticas de Washington – uma se destaca pela olhar humano de Spielberg. Trata-se de uma busca num edifício pobre, quando os policiais colocam aranhas metálicas para descobrir cada habitante do lugar.” (Barros, 2003).

Luciana Veras destaca a seqüência das aranhas num parágrafo estranhamento semelhante:

“A estrutura sólida daquela realidade, no filme descrita por meio de imagens singulares criadas por Spielberg (milhares de carros escalando paredes, aranhas-robô que vasculham ambientes), é rompida com a revelação de que Anderton cometerá um crime.” (Veras, 2003).

Vale ressaltar que, das quatro críticas analisadas na seção anterior, três mencionam a seqüência de forma elogiosa. Ernesto também chama a atenção para a questão do olhar, dissecada nos textos escritos por Kleber e por mim; mas o faz de forma original, associando o filme ao voyeurismo de *Janela Indiscreta*. Essa é, diga-se, uma das formas mais positivas de uso da interdiscursividade, quando o crítico consegue extrair uma

informação nova do repertório individual de análise que possui e a associa a algum ponto que vem sendo debatido pelos colegas.

“Enquanto elas [as aranhas] escaneiam os olhos dos moradores, a câmera de Spielberg passeia pelo teto como a mesma curiosidade voyeurística de Alfred Hitchcock em *Janela Indiscreta* (Rear Window, 1954).” (Barros, 2003).

Outro ponto positivo a respeito dessas duas críticas é a tentativa de uma maior contextualização. Ambas aprofundam informações sobre o conto do escritor Philip K. Dick, que deu origem ao filme. Nos textos anteriores, os críticos fizeram referências a Dick, mas tanto Veras quanto Barros vão mais longe, nas comparações entre o livro e a película, que os colegas responsáveis pelas críticas anteriores.

“No filme e no conto, esse chefe é John Anderton (Tom Cruise). No filme, Anderton atua de maneira exemplar na esfera pública, sem revelar o ressentimento pela perda do filho e as conseqüentes separação da mulher e aproximação das drogas. No conto, ele é mais velho, o sistema existe há mais tempo, não há filhos e sim uma esposa dissimulada e um tanto vaga.” (Veras, 2003).

Ernesto ainda aproveita a ocasião para anunciar, também, o totalitarismo como tema social de maior destaque no filme – uma visão que ele compartilha com Carol Ferreira e comigo.

“*Minority Report* é um conto que Philip K. Dick escreveu para a revista *Fantastic Universe* em 1956. No filme, a história foi expandida em muitas direções pelos roteiristas Scott Frank e Jon Cohen. Mas, a premissa é a mesma: é possível cercear a liberdade do homem antes que ele cometa algum delito?” (Barros, 2003).

Luciana Veras retoma o mesmo filão, falando sobre a discussão sobre liberdades individuais proposta pelo filme, e ainda aproveita para marcar sua posição a respeito do final da obra, com um comentário praticamente igual ao que foi escrito pelos quatro críticos que a antecederam no Recife.

“Embora o final enfraqueça o proposto no texto original, o filme atualiza as questões elaboradas por Dick e apresenta um futuro alicerçado num Estado centralizador e totalitário, em que as noções

de conduta e privacidade se esvaem diante dos olhos dos vários 'grandes irmãos'". (Veras, 2003).

Ernesto Barros não faz menção ao final. Por outro lado, retoma uma metáfora trazida por Vasconcelos e Mendonça Filho (a estética *noir*).

"A diferença é que, aqui, o cineasta exercita, pela primeira vez, o filme *noir* pós-moderno, tanto voltado para a realidade que o cerca como para o próprio cinema. Não é por outro motivo que Spielberg pareça estar se divertindo por trás de cada citação cinematográfica ou situação de humor negro." (Barros, 2003).

A crítica de Luciana Veras foi a única, entre as seis analisadas, que não foi acompanhada de crítica-ícone (o DP não dá notas a filmes, na coluna de vídeo). Ernesto Barros deu ao filme cinco estrelas – a nota máxima. O gosto pessoal dos seis críticos, de qualquer forma, é semelhante: bom filme, final fraco. A conclusão-padrão surgida do espaço discursivo global da crítica.

Como se vê, os críticos estabelecem um diálogo entre si e com a contra-esfera pública dos cinéfilos. O diálogo, associado à padronização dos critérios de edição, confirma a homogeneização das narrativas críticas contemporâneas. A conclusão final a que se pode chegar é seca: os textos compartilham muitas semelhanças. Os críticos as filtraram sob referências culturais similares, montaram as narrativas fazendo referências ao espaço discursivo da crítica na internet, geraram frases-síntese e críticas-ícone. Até as notas que eles atribuíram aos dois filmes se parecem. Os críticos gostaram dos mesmos detalhes e repudiaram as mesmas nuances. A sensação que emerge dessas constatações sugere que a padronização da crítica vem mesmo da globalização de uma lógica pós-moderna de consumo, atirada num novo estágio a partir do aparecimento da internet.

Contudo, a análise comparativa dos textos também sugere que a formação de espaços discursivos é realidade no ciberespaço. O panorama oferece uma perspectiva positiva. Na conclusão, veremos como uma compreensão dialética desse panorama pode ajudar a reexaminar as maneiras como o local resiste à invasão do global. Essa visão do problema indica possibilidades de reestruturação da esfera pública.

Conclusão: Por uma esfera pública virtual

A padronização das narrativas produzidas pelos críticos de cinema da atualidade é um fenômeno complexo. Ela não ocorre apenas no Recife, nem pertence apenas ao Brasil; é global. Não se trata de uma situação isolável no tempo e no espaço, porque obedece a uma lógica cultural que remonta há décadas; é mais um estágio avançado de uma cadeia histórica de constituição da sociedade contemporânea. A crítica não está em crise há poucos anos; será que essa crise pode ser eterna? Será que a crítica jornalística rumo à extinção, ou à sobrevivência em guetos culturais ou em nichos regionais? Há como reverter essa situação?

Não há uma resposta única nem certezas imutáveis. Mas uma constatação pode ser feita sem esforço: a trajetória histórica da atividade indica que o traço fundamental da função da crítica é a de resistência cultural, como já dizia Eagleton (1991). A perda dessa característica é, em essência, o problema da crítica hoje. Para reverter o jogo, portanto, a crítica precisa reencontrar seu caminho rumo à resistência; encontrar maneiras de voltar a dialogar com o público, de obter autoridade cultural.

Claro que essa não é uma tarefa fácil; muitos diriam utópica. Afinal, há por trás da crise da crítica mais do que se pode perceber; há uma lógica de mercado e a força de uma indústria cultural. Além disso, não se pode deixar de lado o fato de que não só a crítica de cinema enfrenta uma crise. É o exercício da própria crítica que está 'fora de moda'. Outros tipos de crítica jornalística (de teatro, de literatura) enfrentam processos parecidos de padronização. A crítica acadêmica mostra uma faceta diferente da mesma crise: não consegue abrir canais de comunicação com o público, permanece restrita a uma elite intelectual.

A própria indústria da comunicação vive um momento de suspense. Assim como explicitou a crise da crítica, a internet também colocou na berlinda o jornalismo. Já a indústria do entretenimento, que ano após ano esconde sua crise atrás de estatísticas, também mostra sinais de cansaço.

A crise é padronizada; ela mostra sua face de diferentes maneiras, em diversas situações, mas sua sombra não desaparece jamais.

Pode-se enumerar muitos fatores que produzem o fenômeno da homogeneização cultural, sendo o aparecimento da internet o último estágio desse problema. As tendências simplificadoras dos meios de comunicação de massa, a indústria cultural, o debate infundável entre alta cultura e cultura de massa (Grande e Pequeno Divisor, se reciclando e se reproduzindo de novas formas, como um vírus), as diferentes estratégias de consumo, a juventude como categoria sociocultural hegemônica, a cultura *pop*. Esses são apenas alguns dos fatores que exercem papéis importantes na consolidação da crise da crítica.

A materialização óbvia dessa crise parece ser a padronização de narrativas, com o desaparecimento progressivo das fronteiras entre global e local. Mas, na realidade, o conceito de homogeneização é muito caro à própria lógica da pós-modernidade. Não apenas as críticas de cinema são padronizadas: jornais o são, filmes também. As culturas são fragmentadas e, ao mesmo tempo, homogeneizadas. O mundo pós-moderno torna as fronteiras pouco perceptíveis.

Claro que, embora sejam às vezes difíceis de perceber, essas fronteiras (econômicas, culturais, políticas, geográficas) não desapareceram por completo. A lógica cultural da pós-modernidade nasce num período de hegemonia dos Estados Unidos, mas não se espalha pelo globo da mesma maneira. O local e o global se interpenetram, mas coexistem; o que ocorre é a predominância evidente do segundo. Mas as culturas regionais ainda encontram seu caminho, nos subterrâneos.

Isso significa que as diferenças não podem ser desprezadas; pelo contrário. A compreensão dialética da diferença parece ser fundamental para compreender como as formas culturais hegemônicas absorveram os subgrupos que exercem algum tipo de resistência cultural. Quaisquer que sejam as saídas possíveis para a crise da crítica, elas deverão vir do próprio movimento antropofágico da lógica cultural pós-moderna, esse movimento de absorção das diferenças. Um conceito que pode ajudar a

crítica cultural a compreender esse problema, a fim de tentar reconstituir um espaço próprio de diálogo com o público, é a noção de hibridismo.

Para Néstor Garcia Canclini (1997), a lógica da pós-modernidade favorece a padronização cultural, mas não extingue as diferenças. Não se pode falar de uma única cultura *pop*, mas de várias: as culturas *pop* brasileira e norte-americana se entrelaçam, mas não se tornam coisa única. Esse processo articula, portanto, a formação de culturas híbridas:

“Encontramos no estudo da heterogeneidade cultural uma das vias para explicar os poderes oblíquos que misturam instituições liberais e hábitos autoritários, movimentos sociais democráticos e regimes paternalistas, e as transações de uns com os outros”. (Canclini, 1997: 28).

A aceitação da noção de hibridismo é essencial para se retrabalhar o conceito da diferença. Alberto Moreiras (2001) chama a atenção para a importância de uma compreensão dialética da diferença. A lógica cultural da pós-modernidade resulta da globalização, mas não chega ao Brasil como mero substituto das formas culturais locais. Aqui, global e local se entrelaçam, se fundem em novas e múltiplas formas de representação. É esse processo que Alberto Moreiras chama de globalidade negativa:

“Não se trata de dizer que a modernização não aconteceu ou ainda está incompleta. Trata-se, antes, de dizer que a modernização não aconteceu no sentido que se esperava que acontecesse.” (Moreiras, 2001: 68).

Entender o funcionamento de conceitos como hibridismo e diferença é especialmente importante para os cibercríticos. Exercendo a atividade através de um meio de comunicação que, pela primeira vez, abole a hierarquia emissor/receptor de informação, o crítico que atua no ciberespaço está inserido num espaço discursivo de proporções inéditas. Ele personifica uma ameaça real aos conglomerados que monopolizam a comunicação. Ele pode estimular a reformulação de uma esfera pública virtual em moldes semelhantes aos descritos por Eagleton (1991).

Mas o cibercrítico precisa raciocinar sob o signo da globalidade negativa. Precisa identificar as estratégias de absorção (como a

constituição dos portais de notícia) elaboradas pelos meios de comunicação de massa tradicionais. Nada impede que essa lógica possa ser revista. Enfrentar a crise é fundamental, mas isso exige a atualização do conceito de diferença, algo que Moreira e Canclini nos cobram.

Estaríamos, assim, de frente a um novo referencial teórico, não apenas condizente com um panorama cultural globalizado e multicultural, de fronteiras dissolvidas, mas que também demarcasse fortemente o aparecimento da periferia nos discursos midiáticos. O potencial de reação, que devolveria à crítica o poder de exercer a resistência cultural, está nessa noção dialética de diferença.

Há uma coincidência interessante nesse raciocínio: a metáfora do ciberespaço como novo mundo virtual. Afinal, o sentido original da palavra grega que gerou o virtual – *virtus* – é justamente 'potência'. Vista sob o prisma do hibridismo, a internet tem potência para incorporar essa dimensão. A WWW tanto é elemento catalisador da crise da crítica quanto possui poder de resistência cultural. Mas esse raciocínio só é possível através da compreensão da diferença em termos híbridos.

A rede global de informação pode fornecer suporte tecnológico necessário a um desenvolvimento de uma nova maneira de exercer a crítica. Claro que, da maneira ilusoriamente democrática que vem sendo desenvolvida, com o tratamento e difusão da informação devidamente padronizada, a WWW apenas perpetuará a crise da crítica.

Nesse ponto, é preciso retornar ao início do trabalho. Trata-se de uma inversão da tese defendida por Terry Eagleton (1991): para voltar a ter relevância, a crítica precisa resgatar sua função original. Se a crítica moderna nasceu, no século XVIII, da luta contra um Estado absolutista, a crítica pós-moderna precisa, ao renascer, no século XXI, brigar contra uma lógica cultural igualmente absolutista. Se a crítica nasceu da ascensão de uma esfera pública, precisa agora revitalizar a fazer emergir uma nova esfera pública, virtual e global, sem barreiras de tempo e espaço. Claro que conseguir realizar tal parece uma idéia utópica. Há, de fato, barreiras inegáveis a essa tarefa, como aponta Juremir Machado:

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

“Moderado, o ceticismo é um santo remédio contra as ilusões do novo: a internet introduz um dado revolucionário no mercado das trocas simbólicas, mas até agora não há garantia de que conseguirá englobar a maioria da população mundial numa esfera pública cujos valores e interesses ultrapassem os limites do tecnológico. (...) Questão de tempo? Talvez. Como também pode ser questão de tempo a implantação de mecanismos de controle (*sites* de distinção) desse espaço aberto, verdadeiro abismo, capaz de tirar o sono dos capitalistas de plantão.” (Machado, 2000: 146).

Os mecanismos de controle a que Machado se refere já existem, como sabemos. Resta saber se a crítica cultural será capaz de desenvolver formas de o cidadão participar ativamente da vida social, desligando-se do caráter passivo que tem exercido nas últimas décadas e utilizando a WWW em um processo mais interativo, que estabeleçam espaços específicos de debate social intenso.

A maneira como o debate entre os críticos do Recife vem se estruturando no ciberespaço é um excelente exemplo do uso da globalidade negativa como estratégia de resistência cultural localizada. Esse esforço conjunto, em alguns momentos inconsciente e até certo ponto caótico, ainda está no início. Os vícios da padronização da crítica permanecem vivos nos textos dos críticos locais, mas isso poderá desaparecer, nos estágios futuros do processo de globalidade negativa.

Na verdade, os profissionais que exercem a crítica no ciberespaço seguem inconscientemente a lógica e as rotinas dos jornais. Mas, de outro ponto de vista, é deles que vêm as iniciativas no sentido de buscar novos espaços, onde a crítica tenha mais relevância e possa restabelecer o diálogo com o público. O movimento desses críticos revela bastante a respeito da percepção da crise e das tentativas de superá-la.

Há, ainda, uma última consideração a fazer. Dulcília Buitoni (2000) acredita que uma reformulação da linguagem da crítica poderia torná-la mais eficaz, mais dinâmica – enfim, poderia ajudar no restabelecimento do diálogo com o público. A construção de um novo vínculo com o

leitor/espectador é o primeiro passo de uma estratégia de afastamento da crise. A própria autora sugere um rumo possível para essa nova crítica:

“Imagens inundam páginas impressas no papel, painéis, telas mínimas e imensas, tramas de tecidos, tramas eletrônicas. Vivemos num mundo de imagens. E continuamos usando principalmente palavras para analisá-las e criticá-las. (...) A crítica deveria tentar articular os diferentes sentidos e as diferentes expressões: o verbal, o visual e o sonoro.” (Buitoni in Martins [org.], 2000b: 67).

Buitoni não usou a palavra ‘internet’, mas é impossível não pensar nela. A WWW poderia aglutinar novas dimensões à crítica, fazendo-a perder a associação com o meio impresso e fundindo-a com outros modos de comunicação: vídeos, sons. Por enquanto, esse tipo de interação com o público só existe em teoria. Não é difícil imaginar o porquê dessa hegemonia da palavra escrita, de qualquer forma: a grande quantidade de críticos acostumados às rotinas jornalísticas, como vimos antes.

A libertação desses profissionais à escravidão da lógica de consumo da pós-modernidade não acontecerá da noite para o dia. Trata-se de um processo lento, gradual, que demanda ainda muito esforço e o estabelecimento de novas maneiras de utilização do espaço discursivo da crítica aberto pela internet (algo que, como já vimos, pode gerar uma polifonia saudável e um debate tão vigoroso quanto produtivo).

Se é mesmo verdade que a crítica atingiu o ponto mais alto de homogeneização possível, então podemos estar no alto de uma parábola em que o único caminho possível irá levá-la para baixo. Nesse caso, estamos prestes a ver a crise ser corroída, num processo que começa dentro das próprias entranhas. E talvez isso já esteja acontecendo no Recife, a partir da reorganização de uma comunidade de cibercinéfilos de alcance progressivamente maior. Somos, talvez, testemunhas privilegiadas desse processo de retomada da importância da crítica, traduzido no nascimento de iniciativas como o Cinemail, o *CinemaScopio*, o *Kinema*. Se for assim, outros iguais virão.

Bibliografia

ADORNO, Theodor. 2002 [1947]. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra.

_____. 1987 [1947]. "A indústria Cultural". In COHN, Gabriel (org). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: T.A. Queiroz (pp 287-295).

ANDREW, J. Dudley. *As Principais Teorias do Cinema – Uma Introdução*. 1976. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

ARAÚJO, Luciana. 1997. *A Crônica de Cinema no Recife dos Anos 50*. Recife: CEPE/Fundarpe.

_____. *Cavalcanti no Recife: O Canto do Mar e a Crônica de Cinema*. Em www.ultimasessaodecinema.hpg.ig.com.br/emfoco/cavalcanti4.html (consultado em 23/11/2002).

AUMONT, Jacques; BERGALA, Alain; MARIE, Michel; VERNET, Marc. 1995. *A Estética do Filme*. São Paulo: Papyrus Editora.

BAUDRILLARD, Jean. 1985. *À Sombra das Maiorias Silenciosas*. São Paulo: Editora Brasiliense.

_____. 1999. *Tela Total: Mito-Ironias da Era do Virtual e da Imagem*. Porto Alegre: Sulinas.

BANDEIRA, Alexandre. 2001. "O Ano da Criação: Entrevista com Evaldo Coutinho". *Revista Continente Multicultural*. 3: 22-26.

BARBOSA, Diana Moura e HERRISSON, Luiz. 1995. *Um Olhar Sobre o Olhar: Duas Décadas de Crítica Cinematográfica nos Jornais pernambucanos (1950-1970)*. Recife, monografia de conclusão de curso, UFPE, (mimeo), 91p.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

BARTHES, Roland. "The Death of the Author". In HEATH, Stephen (org.). *Image, Music, Text*. Nova York: Hill, 1977.

BENJAMIN, Walter. 2000 [1936]. "A Obra de Arte na Era da sua Reprodutibilidade Técnica". In COSTA LIMA, Luiz (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. São Paulo: Editora Paz e Terra (pp 217-256).

BOURDIEU, Pierre. 1996. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

BUITONI, Dulcília. 2000. "Entre o Consumo Rápido e a Permanência: Jornalismo de Arte e Cultura". In MARTINS, Maria Helena (org.). *Outras Leituras*. São Paulo: Editora Senac São Paulo (pp 55-72).

CANCLINI, Nestor García. 1995. *Consumidores e Cidadãos: Conflitos Culturais da Globalização*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ.

_____. 1997. *Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade*. São Paulo: Editora da Edusp.

CAPUZZO, Heitor (org). 1986. *O Cinema Segundo a Crítica Paulista*. São Paulo: Editora Nova Sterlla.

COELHO, Marcelo. 2000. "Jornalismo e Crítica". In MARTINS, Maria Helena (org.). *Rumos da Crítica*. São Paulo: Editora Senac São Paulo (pp 83-94).

CALLIGARIS, Contardo. "A Sedução dos Jovens". Folha de São Paulo. São Paulo, 20 de setembro de 1998, Caderno Mais!, página 4.

CONNOR, Steven. 1993. *Cultura Pós-moderna: Introdução às Teorias do Contemporâneo*. São Paulo: Edições Loyola.

DURING, Simon (org.). 1999. *The Cultural Studies Reader*. London/New York: Routledge.

EAGLETON, Terry. 1991. *A Função da Crítica*. São Paulo: Editora Martins Fontes.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

FEATHERSTONE, Mike. 1995. *Cultura de Consumo e Pós-modernismo*. São Paulo: Editora Studio Nobel.

FEYEL, G. "Histoire de la Presse Écrite". 1993. In SFEZ, Lucien. *Dictionnaire de la Communication, volume 2*. Paris: Seuil (pp965-968).

FIDALGO, António. "JAC ou Jornalismo Assistido por Computador". Disponível em http://www.labcom.ubi.pt/jac/o_que_e_jac.html. (consultado em 28/01/2003).

FIGUEIRÔA, Alexandre. 1994. *O Cinema Super Oito em Pernambuco*. Recife: Edições Fundarpe.

_____. 2000. *Cinema Pernambucano – Uma História em Ciclos*. Recife: Prefeitura da Cidade do Recife.

GARDNIER, Rui, e TOSI, Juliano. *Cronologia da Crítica Cinematográfica no Brasil*. Disponível em www.contracampo.he.com.br/24/cronologia.htm (consultado em 16/08/2002).

HABERSKI JR., Raymond J. 2001. *It's Only a Movie!: Films and Critics in American Culture*. Lexington: University Press of Kentucky.

HARVEY, David. 1989. *Condição Pós-moderna*. São Paulo: Edições Loyola.

HEBDIGE, Dick. 1979. *Subculture: The Meaning of Style*. London/New York: Routledge.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. 2000 [1947]. "A Indústria Cultural: o Iluminismo como Mistificação de Massa". In COSTA LIMA, Luiz (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. São Paulo: Editora Paz e Terra (pp 169-216).

HUYSEN, Andreas. 1996. *Memórias do Modernismo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

JAMESON, Fredric. 1991. *Pós-modernismo, ou a Lógica Cultural do Capitalismo Tardio*. São Paulo: Editora Ática.

KAEL, Pauline. 2000. *Criando Kane e Outros Ensaio*s. Rio de Janeiro: Editora Record.

KOLKER, Robert P. 1998. "The Film Text and Film Form". In HILL, John e CHURCH GIBSON, Pamela. *The Oxford Guide to Film Studies*. London: Oxford University Press.

LEMOS, André. 2000. "Morte aos Portais". Disponível em <http://www.ufba.br/~pretto/textos/so%20na%20net/currais/abaixoo%20portais.htm> (consultado em 29/01/2003).

LÉVY, Pierre. 1993. *As Tecnologias da Inteligência – O Futuro do Pensamento na Era da Informática*. Rio de Janeiro: Editora 34.

_____. 1999. *Cibercultura*. Rio de Janeiro: Editora 34.

LONDON, Jack e GEHRINGER, Max. 2001. "A internet de @ a zip". *Revista Odisséia Digital*. 2: 1-42.

MACHADO, Cassiano Elek. "A Renovação Cultural". *Folha de São Paulo*, 19 de fevereiro de 2001. Caderno especial 80 anos. Disponível em http://www1.folha.uol.com.br/folha/80anos/renovacao_cultural.shtml. Consultado em 20/01/2002.

MAINGUENEAU, Dominique. 1997. *Novas Tendências em Análise do Discurso*. São Paulo: Pontes Editora.

_____. 2000. *Análise de Textos de Comunicação*. São Paulo: Cortez Editora.

MARCONDES FILHO, Ciro. 2000. *Comunicação e Jornalismo: A Saga dos Cães Perdidos*. São Paulo: Hacker Editores.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

_____. 1988. *O Capital da Notícia – O Jornalismo como Produção de Segunda Natureza*. São Paulo: Editora Ática.

MARCONI, Celso. 2000. *Obra Jornalística: Cinema Brasileiro (volume I)*. Recife: Edições Bagaço.

_____. 2002. *Obra Jornalística: Super 8 & Outros – Cinema Brasileiro (volume II)*. Recife: Edições Bagaço.

MARCUSE, Herbert. 2000. *Cultura e Psicanálise*. São Paulo: Paz e Terra.

Manual de Redação da Folha de São Paulo. 2001. São Paulo: Publifolha.

MATOS, Olgária F.C. 1993. *A Escola de Frankfurt: Luzes e Sombras do Iluminismo*. São Paulo: Editora Moderna.

MATTELART, Armand e Michèle. 1999. *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo: Editora Loyola.

MOREIRAS, Alberto. 2001. *A Exaustão da Diferença: A Política dos Estudos Culturais Latino-americanos*. Belo Horizonte: Editora da UFMG.

MORETZSOHN, Sylvia. 2002. *Jornalismo em 'Tempo Real': O Fetiche da Velocidade*. Rio de Janeiro: Editora Revan.

NEGROPONTE, Nicholas. 1995. *A Vida Digital*. São Paulo: Companhia das Letras.

NOBLAT, Ricardo. 2002. *A Arte de Fazer um Jornal Diário*. São Paulo: Editora Contexto.

OLALQUIAGA, Celeste. 1998. *Megalópolis – Sensibilidades Culturais Contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

PRETTO, Nelson. 2000. "Abaixo os portais-currais". Disponível em <http://www.ufba.br/~pretto/textos/so%20na%20net/currais/abaixoo%20portais.htm> (consultado em 29/01/2003).

PRYSTHON, Angela. 2002. *Cosmopolitismos Periféricos: Ensaio sobre Modernidade, Pós-modernidade e Estudos Culturais na América Latina*. Recife: Edições Bagaço.

ROWAN, David. *A Glossary for the Nineties*. London: Prion, 1997.

SHUSTERMAN, Richard. 1998. *Vivendo a Arte: O Pensamento Pragmatista e a Estética Popular*. São Paulo: Editora 34.

SOUSA, Jorge Pedro e PINTO, Ricardo Jorge. 1998. "O Futuro Incerto da Internet: Intercomunicar além do Comércio e da Publicidade". Disponível em http://ubista.ubi.pt/~comum/sousa-jorge-pedro-futuro_net.html.

(consultado em 28/01/2003).

SÜSSEKIND, Flora. 1993. *Papéis colados*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ.

VIRILIO, Paul. 1993. *O Espaço Crítico*. Rio de Janeiro: Editora 34.

TURNER, Graeme. 1988. *Cinema como Prática Social*. São Paulo: Summus Editorial.

1. Anexo I: Críticas de *Minority Report* – A Nova Lei

1.1 Por Carol Ferreira

Steven Spielberg é um cineasta que não tem mais muita coisa a provar. É o diretor mais bem sucedido da história do cinema, seu nome é suficiente para garantir bilheterias milionárias e seu talento como contador de histórias é inquestionável. A sua última (e eterna) barreira é destruir a noção de que é incapaz de superar as tendências moralizantes e infantilizantes que rondam seus filmes. Tentando provar isso, quase atingiu o seu fim em A.I. Inteligência Artificial, um filme sobre artificialidade e responsabilidade. Chega bem mais perto no seu novo filme, *Minority Report* - A Nova Lei. Escorrega feio no final mas não deixa, por isso, de realizar uma obra magistral, de tirar o fôlego.

Adaptando para as telas um conto de Phillip K. Dick (mesmo autor que inspirou Blade Runner), Spielberg volta a tocar num tema que parece incomodá-lo: a ética na sociedade contemporânea. Falou sobre conduta da ciência em Jurassic Park, voltou a tratar do assunto, levando a discussão também para as relações interpessoais em Inteligência Artificial, e, em *Minority Report*, eleva o debate para níveis sociais.

Minority Report se passa em 2054 e traz Tom Cruise como o policial John Anderton. O oficial é comandante da divisão de pré-crime de Washington, um programa que conseguiu erradicar o assassinato da capital americana, acusando e punindo criminosos antes que cometam seus delitos. Seu sistema é baseado nas visões dos precogs, três humanos mantidos como máquinas, capazes de prever os impulsos assassinos e mostrar em imagens o que ainda não aconteceu. O trabalho de Anderton é analisar as imagens e descobrir onde e em que circunstâncias os crimes irão acontecer.

Apesar da aparente eficácia, o projeto não é uma unanimidade. Prestes a ter sua validade questionada por um plebiscito, é inspecionado por um oficial federal, Danny Witwer (o irlandês Colin Farrell), enviado para procurar falhas no sistema, baseado na infalibilidade dos precogs. Tem a missão de questionar também o princípio do projeto: como uma pessoa pode ser condenada e punida por um crime que ainda não cometeu? O próprio Anderton, defensor feroz do processo, passa a se fazer essa pergunta quando é apontado como autor de um

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

futuro assassinato, de um homem que ele sequer conhece, e é obrigado a fugir para tentar entender o seu suposto futuro.

O questionamento não podia ser mais pertinente. Num ano em que o governo norte-americano anuncia mudanças que garantem o poder ao Estado de perseguir e condenar por crimes não cometidos, sob a justificativa de impedir ações terroristas, *Minority Report* mostra como é complicada a administração desse poder. O agente Witwer lembra que os oráculos têm o poder, mas quem usufrui dele é o clero que o rege. Desta forma abre espaço para a utilização nefasta desta autoridade.

O importante no filme, no entanto, não é só o que diz, mas a maneira como Spielberg conduz a trama. O diretor é um mestre na ambientação e na construção de cenas. Sabe como poucos utilizar os recursos tecnológicos à sua disposição em prol da história. Movimenta a câmera de maneira espetacular, sem nunca colocar os artifícios acima da sua função narrativa. É exuberante sem ser exibicionista. Monta seqüências de enorme violência e impacto visual, como a da busca das aranhas num prédio semi-abandonado ou da perseguição do protagonista por policiais nas ruas e nos céus de Washington, segurando a atenção ao longo dos seus 144 minutos de duração.

Com o lançamento de *Minority Report* nos EUA, muito se falou da influência do espírito de Stanley Kubrick na nova fase da carreira de Steven Spielberg. Depois de levar às telas o projeto inacabado do controverso e irrequieto diretor - *A.I. Inteligência Artificial* - Spielberg teria se "deixado contaminar" pela obscuridade do mestre. É verdade que a inspiração na obra de Kubrick está presente no filme - há inclusive uma referência explícita a *Laranja Mecânica*, só que com outro contexto e outra finalidade. No entanto, é impossível dizer que *Minority Report* não seja a cara de Spielberg.

O diretor desenvolveu ao longo de sua carreira uma série de artifícios que funcionam como marcas registradas. Desvia a atenção para mostrar as reações de figurantes afetados paralelamente à ação principal (a cena da família jantando é bastante clara). A diversão com que constrói suas cenas e a sua maneira especial de enfatizar o perigo chamando a atenção do espectador para pontos que considera importantes continuam lá.

É verdade que o olhar de maravilhamento infantil, sempre identificado como o diretor, está atenuado. Mas a marca da personalidade de Spielberg continua infalível e é impossível de não ser notada.

O filme seria irretocável, não fosse a equivocada condução da história nos últimos vinte minutos. Depois de permanecer sombrio e corajoso em dois terços de sua duração, o filme parece não confiar na inteligência do espectador e parte para uma conclusão de explicações mastigadas, dizendo explicitamente o que já havia sido satisfatoriamente insinuado, cheia de maniqueísmos desnecessários. Sem falar no escorrego final de Spielberg, que não parece conseguir chegar a uma conclusão sem ressaltar valores como a família e a liberdade.

Spielberg, então, deixa no ar a triste impressão de ter perdido a oportunidade de realizar uma grande obra. Não que o filme seja ruim - não é - mas a guinada final passa a impressão de que a sua abordagem obscura seja na verdade um disfarce para tentar provar que sabe ser sério.

1.2 Por Kleber Mendonça Filho

“Se você tivesse visto o que eu vi com os seus olhos” (o replicante Roy - Rutger Hauer - para Chew, fabricante de olhos, em *Blade Runner*)

Cada vez mais tem-se a impressão de que estamos mesmo vivendo uma época relevante em relação às imagens fabricadas que temos para olhar no mundo. O cinema talvez seja a luneta mais nobre desse olhar moderno e tem traduzido tudo isso numa série de filmes que mostram-se reflexivos sobre a imagem. Nos últimos anos, *Dançando no Escuro* (Dancer in the Dark, Von Trier), *Amnésia* (Memento, Nolan), *Time Code* (Figgis), *Elogio ao Amor* (Elóge D'Amour, Godard) e *Janela da Alma* (Jardim e Carvalho), para citar alguns, têm estimulado discussões interessantes sobre ver e enxergar, pontos de vista diferentes e formatos de ver. *Minority Report - A Nova Lei* (EUA, 2002) entra para a discussão ele próprio com uma tempestade de imagens, ao mesmo tempo em que homenageia os olhos, o globo ocular mesmo, e o que ele tem visto, ou pensa ter visto.

Minority Report é também um genuíno exemplar da ficção científica, realizado com todo o porte, esmero e excesso que geralmente associamos a Steven Spielberg, diretor que frequenta com desenvoltura o gênero (*Contatos Imediatos...*, *E.T.*, *AI*).

Com perfeita utilização de tecnologia, o filme parece discutir um tanto ingenuamente a imagem numa sólida estrutura de ação, abrindo uma janela para

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

o mundo sobretudo audio-visual do futuro, e cuja base nós já podemos enxergar hoje mesmo, ao nosso redor.

Dependendo do seu interesse por ação e por essa janela aberta pelo filme, *Minority Report* poderá sobreviver aos habituais ataques de estupidez emocional que mancham praticamente todos os trabalhos desse talentoso malabarista da imagem e do som, em especial rumo às suas conclusões. Para mim, é realmente doloroso estar sentado na cadeira gostando do filme e, de repente, perceber que a tela começa a derreter com a visão repentinamente míope de Spielberg. De qualquer forma, dependendo do valor total do filme, a má impressão geralmente encolhe, como no caso de *AI*, ano passado.

Ambientado em Washington DC, 2054, temos uma divisão especial da polícia - Pré-Crimes - que cuida de assassinatos que ainda não ocorreram. Trabalham com videntes (os pre-cogs), que imersos num líquido transmissor de energia cerebral, passam 24 horas por dia sonhando, aparentemente, com a MTV. Essas imagens fragmentadas e estéticas (produzidas pelo Imaginary Forces, responsável pela abertura de *Seven*) são clipes sem música de assassinatos futuros.

Spielberg e equipe devem ter discutido muito a estética dessas imagens, particularmente pelo fato de não terem sido captadas por uma câmera, afinal de contas, são visões geradas por um cérebro. Qual o formato de uma visão, ou de uma memória? Pessoalmente, acho que elas não têm/ou teriam a aparência de um clipe do Nine Inch Nails. Spielberg e equipe parecem pensar diferente e, pelo que já ouvi, muita gente gostou. Não seriam essas imagens mais brutas e etéreas? Bem, cada um sonha como pode.

A energia cerebral dos pre-cogs é transformada em imagens-documento analisadas por uma equipe de policiais. À frente da Pré-Crimes está o detetive John Anderton (Tom Cruise), que ficará chocado ao ver nos monitores mais um videoclipe violento no qual ele mesmo é o assassino. Anderton precisará ser detido ao matar, em alguns dias, alguém que ele nem conhece.

Inicialmente, Anderton é personagem duro, amargurado, não exatamente um 'bad lieutenant', mas como num filme *noir* dos anos 40 com algo de detetive dos anos 70. Usuário de drogas, é traumatizado pela perda do filho e dedica sua vida à identificação de futuros assassinos. Cruise empresta a sua persona a cenas de ação montadas por Spielberg como só esse mestre do entretenimento sabe fazer (as aranhas, os jatos propulsores, os automóveis).

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Como de hábito, vale registrar, Spielberg é incapaz de realmente trabalhar com um personagem duro, e nisso ele mostra-se um hipócrita. Ele implode seu homem falho e sombrio (como ocorreu com Schindler, em *A Lista de Schindler*) numa conclusão cor-de-rosa que nega praticamente todo o clima do que foi apresentado antes.

Bem antes disso, Anderton foge dos colegas, tendo literalmente que 'mudar o seu olhar' (olhos) para evitar o sistema padrão de identificação (scan das retinas), infiltrar a Pré-Crimes e sequestrar Agatha (Samantha Morton, de *Poucas e Boas*), a mais talentosa do trio de videntes. Com ela, irá decifrar o interessante mistério das imagens de mortes passadas e futuras que pode envolver seu inimigo interno da corporação, Danny Witwer (Colin Farrell), supervisionado pela figura paterna do chefe Lamar Burgess (Max Von Sydow).

Diferente do excelente *AI* (2001), que tinha na pausa dos sentimentos parte importante do seu eixo, *Minority Report* apresenta diferentes níveis de interesse, como um moderno produto do marketing. É filme de ação legal e tem verniz intelectual para uma boa discussão.

Merece também uma colocação no domínio da ficção científica ao nos apresentar elementos de tecnologia curiosamente plausíveis que poderão fazer parte da rotina no futuro, quando jornais serão misto de papel com internet e a publicidade atingirá, finalmente, um grau de pesadelo impensável ao perseguir seu público-vítima ao redor da cidade com mensagens irritantemente personalizadas. Que horror.

Adaptado do conto *The Minority Report* (1953), de Philip K Dick, cujo livro *Do Androids Dream of Electric Sheep?* também originou *Blade Runner - O Caçador de Andróides* (1982), de Ridley Scott, Spielberg fez, ao que aparenta, um filme sobre a tão hoje discutida imagem, suas verdades e mentiras. Como em *Blade Runner*, a imagem é carregada de pistas, num jogo sofisticado de 'edição-não-linear' que poderá chamar a atenção de profissionais do áudio-visual, de editores a realizadores ou manipuladores visuais das mais variadas mídias.

Anderton edita suas verdades como um maestro nos monitores da Pré-Crimes. Em casa, utiliza não apenas drogas químico-sintéticas, mas também a 'droga' da imagem emocional de arquivo com o filho que perdeu. Ele procura em fotografias a verdade sobre o seu desaparecimento, e vê nas fotos mais um documento. A imagem mantém o homem submisso e confuso, e *Minority Report* repassa a mesma sensação para o espectador. Isso é muito bom.

Spielberg, um dos mais hábeis manipuladores do olhar ditatorial filmado ("olhe isso, veja aquilo"), realiza também uma verdadeira série comemorativa de imagens que celebram os olhos e o quão importantes eles são hoje. De uma tesoura cortando papel e furando os olhos de uma figura impressa a uma busca desesperada por dois olhos que correm pelo chão em direção a um ralo, à própria idéia de que está no seu olho a prova de quem você realmente é.

Por outro lado, se em *Blade Runner* a imagem era utilizada como prova de memória emocional por seres que precisavam acreditar no que viam, em *Minority Report* a imagem é prova ingênua da verdade, conceito já não mais inocente para nós do século 20 já há muitos anos. Talvez o fato de a imagem ser ainda forte e irrefutável (vide o 11 de setembro) garanta o sentido do filme. Mesmo assim, ele parece fazer enorme barulho durante 144 minutos para chegar à conclusão de que essa imagem é digna da nossa desconfiança. E isso, todos nós já sabíamos. Esperamos que eles, do futuro, também saibam.

1.3 Por Rodrigo Carrero

Se ainda existem pessoas que consideram Steven Spielberg uma criança crescida, *Minority Report - A Nova Lei* (*Minority Report*, EUA, 2002, 8888) deve mudar essa opinião definitivamente. O novo filme do cineasta, que tem o astro Tom Cruise liderando o elenco, promove um brilhante estudo sobre o totalitarismo e a perda dos direitos individuais, características que projetam um futuro sombrio para a sociedade ocidental. E o futuro, à moda de Spielberg, não deverá ser nada agradável. Desde já, o filme se configura como um dos maiores candidatos ao próximo Oscar. A obra consegue aliar inteligência e ação, uma combinação que Hollywood costuma adorar.

Minority Report tem um trunfo que, automaticamente, lhe dá um papel de amplo destaque na filmografia norte-americana contemporânea: uma multidimensionalidade palpável, verdadeira, muito rara no cinema atual. A nova obra do diretor de *A Lista de Schindler* permite múltiplas leituras, abre as portas de uma série de discussões. A perda das liberdades individuais, o papel da tecnologia no crescente isolamento emocional dos cidadãos, a ilusão de novas relações sociais a partir da configuração de um novo tipo de olhar dirigido pela eletrônica; todas essas questões fundamentais são colocadas por Spielberg, a partir de um roteiro complexo, que constrói um thriller envolvente.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

Há, ainda, pelo menos três seqüências de perseguição e/ou lutas empolgantes. Inseridas no contexto de um thriller, até que elas funcionam bem, embora a ação física não seja predominante no enredo. *Minority Report* poderia ser um clássico pós-moderno se encurtasse um pouco essas cenas, mas aí já seria exigir demais de um filme tão caro. Afinal, *Minority Report* custou US\$ 102 milhões, e o investimento nunca teria retorno sem uma boa dose de adrenalina, um vício - cocaína fílmica - das platéias atuais. De qualquer forma, se não ajuda, a correria não atrapalha - e ainda impressiona pelo requinte visual impecável, algo rotineiro nos filmes de Spielberg.

Entre *Minority Report* e o filme anterior do cineasta, *A.I. -Inteligência Artificial*, há um diálogo evidente. Já foi dito, inclusive, que o noir futurista presta uma homenagem mais honesta ao falecido diretor Stanley Kubrick do que *A.I.*, o projeto do cineasta de *Laranja Mecânica* que Spielberg concluiu. Tal opinião parece um exagero. Os dois filmes flagram um cineasta no ápice do domínio da linguagem cinematográfica. Talvez não exista outro diretor do primeiro time de Hollywood, na atualidade, que domine tão bem a arte de dirigir um filme. Pode-se discordar das posições éticas e políticas assumidas pela filmografia de Spielberg, mas não dá para discutir sua técnica de narrar uma história através de imagens.

É interessante notar que a morte de Kubrick soltou as últimas amarras que prendiam Spielberg ao cinema mais convencional. *Minority Report* não esconde em nenhum momento a profunda influência que as obras do primeiro exercem no pupilo. Pelo contrário: em uma rápida tomada logo na abertura, Spielberg presta uma homenagem-síntese ao mentor, quando a líder de um trio de videntes, Agatha, emerge de sua piscina-prisão murmurando a palavra "assassinato" (murder, em inglês). A cena remete a uma seqüência antológica do clássico kubrickiano *O Iluminado*.

Agatha (Samantha Morton), a líder do trio de paranormais que trabalha para a polícia de Washington, é a peça-chave no complicado enredo de *Minority Report*. O filme se passa em 2054. A cidade vem testando uma nova unidade da polícia, denominada Pre-crime, há seis anos. Funciona assim: os paranormais têm visões de assassinatos antes que eles aconteçam. Por meio de um sofisticado sistema computadorizado, essas visões são transformadas em imagens. O trabalho do policial John Anderton (Tom Cruise) é descobrir o local

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

exato onde o crime vai se materializar e prender o assassino antes que ele o cometa.

Por si só, essa trama já introduz o espectador num debate ético-filosófico. Seria admissível prender alguém que, em teoria, ainda não é um criminoso? E a situação dos paranormais, que vivem presos numa espécie de cyber-banheira? Enquanto nos introduz à discussão, logo na primeira seqüência, Spielberg captura a atenção do espectador, ao mostrar Anderton impedindo um crime.

A situação começa a ficar complicada quando um agente do FBI, Danny Witwer (Colin Farrell), começa a investigar possíveis falhas no sistema. Por coincidência, os cognitivos prevêm que o próximo homicídio em Washington será cometido pelo próprio Anderton, dentro de 36 horas. Ele não acredita: como será capaz de matar um homem que não conhece? E foge. A perseguição que se segue é cheia de lances surpreendentes.

O roteiro de *Minority Report* foi escrito a partir de uma narrativa curta do escritor norte-americano Philip K. Dick, o mesmo homem que escreveu o conto inspirador de *Blade Runner - O Caçador de Andróides*, um dos clássicos do pós-modernismo no cinema. E Dick, embora muita gente não saiba, sofria de problemas psiquiátricos graves. Era esquizofrênico e enfrentou, nos últimos anos de vida, delírios de perseguição - primeiro, achava que estava sendo seguido pelos soviéticos comunistas, e escrevia longas cartas à CIA relatando os delírios. Depois, passou a suspeitar que a própria agência estivesse lhe espionando.

Tendo em vista esse histórico pessoal, não é difícil imaginar porque o futuro imaginado por Dick é tão sombrio, ameaçador, totalitário. Mas engana-se quem acredita que somente ele pensa assim. Ao decidir filmar *Minority Report*, a primeira providência de Steven Spielberg foi reunir um grupo de especialistas para tentar visualizar como seria o futuro dentro de cinquenta anos. Cientistas, matemáticos, urbanistas, policiais, arquitetos, escritores, publicitários de vários centros de excelência acadêmica nos EUA se reuniram durante um final de semana, num hotel em Los Angeles, para discutir e pôr no papel as idéias futuristas.

Os resultados, segundo Spielberg, foram bastante diversos, mas um ponto em comum emergiu do brainstorm: todos achavam que as liberdades individuais seriam reduzidas. A perda de privacidade, assim, ganhou ainda mais destaque do que o conto que inspirou o filme. As dezenas de pequenas invenções tecnológicas que preenchem os cenários secundários foram todas pensadas tendo em vista

esse poder totalitário. Dessa maneira, as embalagens de alimentos são interativas, os outdoors perseguem as janelas dos edifícios e leitores de íris monitoram todos os passos dos cidadãos. A questão do olhar tecnológico, percebe-se, é recorrente dentro do enredo.

A direção de arte, por sinal, foi determinante para o trabalho de Spielberg. Bem ao estilo do mestre Kubrick, o cineasta dá preferência a cores frias, predominância do azul, e imprime aos atores um estilo de atuação gélido, que permite ao público distanciar-se o suficiente da ação, estimulando-o a refletir, a pensar o conteúdo do filme. É a tendência inversa do cinema-pipoca contemporâneo, que parece sempre querer agarrar o espectador pela camisa e puxá-lo para dentro da tela, através do ritmo frenético (ausente em *Minority Report*) e das cores abrasivas, que impedem a reflexão e, por conseqüência, a crítica do que se vê.

A lamentar, apenas, a trilha sonora estridente e um tanto monocromática do velho John Williams. Recordista de indicações ao Oscar e autor de tantos temas memoráveis da história do cinema (para lembrar o leitor, basta citar a Marcha Imperial de *Guerra nas Estrelas*, a música do *E.T.* e a canção inesquecível de Indiana Jones), Williams vem se repetindo nos últimos trabalhos. Além disso, o filme, bem ao estilo de Inteligência Artificial, também parece acabar duas vezes antes de fechar a cortina definitivamente. Mas isso não interfere no resultado final: Spielberg venceu. Mais uma vez.

1.4 Por Fernando Vasconcelos

Ainda bem que Steven Spielberg desistiu de fazer 'filmes com uma mensagem para a família americana'. Aqueles considerados os seus filmes maduros, humanistas, são também os seus filmes mais chatos: Nunca engoli a 'densidade' de *A Lista de Schindler* ou *O Resgate do Soldado Ryan* (isso sem falar de *Amistad*, *Além da Eternidade*, *O império do Sol* e do intragável *A Cor Púrpura*, argghhhh!). Concordo totalmente com o crítico Luis Carlos Merten, do *Estado SP*, quando diz que 'Steven Spielberg pode não ser sério como gostaria, mas é democrático. Trata do mesmo jeito o Holocausto, a Segunda Guerra e o Jurassic Park. Todos são apenas grandes parques temáticos para ele.' Cruel e verdadeiro.

Steven Spielberg pra mim é *E.T.*, *Tubarão*, *Contatos Imediatos do Terceiro Grau*, *Caçadores da Arca Perdida*, *Encurralado*. Acho o incompreendido (e

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

também irregular) *A.I.* um dos seus melhores filmes. E o homem entende de entretenimento como ninguém. Quando o gênero é aventura e ficção-científica, então, ele se esbalda como criança em montanha-russa. Prepare-se para curtir seu mais novo brinquedo, o acelerado e visualmente estonteante *Minority Report-A Nova Lei*, onde a ação e aventura andam lado a lado com um roteiro inteligente e complexo baseado em conto de Philip K. Dick, o autor de *Blade Runner*.

Na cidade de Washington, em 2054, o futuro pode ser previsto e os culpados punidos antes que qualquer crime seja cometido. O chefe de um departamento especial da polícia, John Anderton (Tom Cruise) será o próximo suspeito de uma dessas previsões, feitas por um trio de sensitivos paranormais, conhecidos como Pre-Cogs, eternamente isolados numa espécie de transe numa sala especial a serviço da polícia, conhecida como o Templo. Sem meios de se defender da acusação do Pré-Crime, Anderton terá que descobrir os motivos que o levarão ao crime previsto, um acerto de contas com um trauma do passado que é também o motivo de sua radical dedicação ao sucesso do projeto Pré-Crime. Instigante, não é? Mas Steven Spielberg acerta e erra. E perde mais uma oportunidade de fazer um clássico de ficção científica. Ele chegou perto disso em *A.I.* e evoluiu agora para uma estética futurista deslumbrante nesse *A Nova Lei*. O ambiente visual criado para esse filme é rico como há muito tempo não se via no gênero. A ação é vertiginosa e os efeitos especiais, fuderosos!

As imagens dos crimes previstos pelos Pre-Cogs foram produzidas pelo estúdio Imaginary Forces, mais conhecido pelo renascimento do design de créditos de abertura de filmes. As previsões dos Pre-Cogs dão um incômoda impressão de que eles assistem muito à MTV... Essas imagens são mostradas em telas transparentes comandadas por sinais manuais de Anderton, coreografados com movimentos que fazem o policial parecer um maestro robótico orquestrando uma alucinada sinfonia de informação visual. A caçada das 'aranhas' nos apartamentos de um cortiço do futuro e a primeira fuga de Anderton, perseguido por agentes com artefatos 'voadores' são realmente empolgantes, inesquecíveis. Você também vai surpreender-se com um Spielberg bem mais adulto. Antes de lembrar o cinema cerebral de Stanley Kubrick, cinéfilos mais atentos irão perceber a influência do cinema bizarro e fantástico do inglês Terry Gilliam (*Brazil, Os 12 Macacos*) e do cinema cínico e brutal do holandês Paul Verhoeven (*Total Recall-O Vingador do Futuro, Robocop*). Isso é muito bom!

Mas Spielberg é sempre Spielberg e no terço final Anderton, a Pre-Cog Agatha e o próprio filme quase que literalmente vão por água abaixo, quando o roteiro prefere explicar tudo bem mastigadinho, definindo bem claramente quem é vilão e quem é mocinho, partindo para uma narrativa policial banal, inspirada nos filmes noir da década de 40. Spielberg não acredita (mais uma vez) na inteligência do espectador e ainda completa seu manual explicativo com aditivos melodramáticos além da conta. Uma pena, pois todo o universo criado antes, rico em questões morais e éticas a discutir, fica reduzido à unidimensionalidade da mais convencional possível narrativa com começo-meio-e-fim. Não é o caso de concessão comercial, o problema é de Steven Spielberg mesmo, um eterno sentimental. Mas, apesar da conclusão brochante, *A Nova Lei* ainda é espetáculo cinematográfico de primeira qualidade.

1.5 Por Ernesto Barros

Depois de quase 30 anos de uma carreira pontuada por inúmeros sucessos de público e crítica, Steven Spielberg ainda busca a superação a cada novo filme. Mesmo que, na tentativa, ele tenha errado - como aconteceu em projetos como *Amistad* (1997), por exemplo - a lição que fica é que Spielberg é um cineasta incansável. No ano passado, ele já tinha dado mostras, em *A.I. Inteligência Artificial* (A. I. Artificial Intelligence, 2001), de uma profunda humildade ao desenvolver um projeto sonhado por Stanley Kubrick. Com *Minority Report - A Nova Lei* (*Minority Report*, 2001), Spielberg mais uma vez nos oferece uma obra digna de um cineasta no auge dos seus meios expressivos.

Assim como *A.I.*, Spielberg viaja para o futuro para falar do presente. Dessa vez, ele tira partido do universo paranóico e alucinatório do escritor de ficção-científica Philip K. Dick, o autor das tramas que originaram *Blade Runner - O Caçador de Andróides* (*Blade Runner*, 1982) e *O Vingador do Futuro* (*Total Recall*, 1991). Qualquer leitor que já mergulhou nos romances de Dick - como os fantásticos *O Homem do Castelo Alto* e *Clãs da Lua Alfa*, por exemplo - irá perceber que *Minority Report* é uma das transposições para o cinema mais plausíveis de sua obra literária.

Minority Report é um conto que Philip K. Dick escreveu para a revista *Fantastic Universe* em 1956. No filme, a história foi expandida em muitas direções pelos roteiristas Scott Frank e Jon Cohen. Mas, a premissa é a mesma:

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

é possível cercear a liberdade do homem antes que ele cometa algum delito? A história de *Minority Report* transcorre no ano de 2054, em Washington, a capital dos Estados Unidos. Há seis anos que não acontece nenhum homicídio na cidade, graças ao trabalho de uma unidade privada de prevenção ao crime. Para conseguir tal feito, a *Precrime* utiliza-se de seres humanos especiais, os Pre-Cogs, que captam com antecedência todos os assassinatos que vão ocorrer na cidade. Agora, o governo quer expandir o programa de combate ao crime para todo o país.

Num lugar chamado o Templo, três Pre-Cogs vivem mergulhados numa espécie de líquido amniótico dentro de uma piscina. Ali, suas memórias futuras são gravadas e analisadas a tempo de os policiais evitarem os assassinatos que estão para acontecer. O chefe das operações é o policial John Anderton (Tom Cruise, em ótimo desempenho), que estuda a cena do crime como se estivesse regendo um concerto macabro. Essas seqüências fascinantes foram criadas com a ajuda da empresa Imaginary Forces, a mesma que fez aquela magnífica abertura de *Seven - Os Sete Crimes Capitais* (*Seven*, 1995).

A primeira ação da *Precrime* mostra que Spielberg está em grande forma. A seqüência é executada primorosamente: uma corrida contra o relógio que deixa o espectador sem fôlego logo nos primeiros minutos do filme. Percebemos, também que Spielberg criou uma identidade totalmente diferente dos seus trabalhos anteriores, mas que já vinha em gestação desde *O Resgate do Soldado Ryan* (*Saving Private Ryan*, 1998). Só que em *Minority Report*, ele e diretor de fotografia Janusz Kaminski foram mais radicais. Dessa vez, a dupla preocupou-se em fugir do realismo fotográfico para criar um visual mais sujo, desbotado e opressivo. John Williams, outro parceiro inseparável de Spielberg, comparece com um trilha sonora das mais poderosas, perfeita para um *thriller* sombrio como *Minority Report*.

Minority Report é uma sucessão de reviravoltas sem fim. Quando achamos que já sabemos o que vai acontecer, somos levados para uma direção oposta. Mas isso não ocorre por obra e graça de mágicas de roteiro. Ao contrário, é através do personagem nuançado do policial John Anderton que a coisa acontece. A cada revelação - como o uso de drogas, a morte do filho - vamos nos perdendo mais e mais num redemoinho de sensações dúbias e emoções fortes. Que culmina na revelação, feita pelos Pre-Cogs, de que Anderton irá assassinar um

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

homem em 36 horas. Para chegar até esse momento, ele vai passar por um emaranhado de simulacros até descobrir uma terrível verdade.

Mas a personagem de Tom Cruise não é a única que brilha em *Minority Report*. Samantha Morton, como a Pre-Cog Agatha, faz uma das mais brilhantes figuras já vistas num filme de Spielberg. Em muitos momentos, sua presença quase inumana relembra a beatitude de Renée Falconetti em *O Martírio de Joana D'Arc* (La Passion de Jeanne D'Arc, 1928), de Dreyer. Spielberg filma sua imagem etérea, de face atormentada e cabeça raspada, como se estivesse diante de uma divindade. O ainda novato Collin Farrell, como um agente de FBI, compõe igualmente seu personagem com uma aura de intenso mistério. O mesmo pode-se dizer de Max Von Sydow, que interpreta o todo poderoso diretor da *Precrime*, uma figura chave no desfecho de *Minority Report*.

Com o auxílio de efeitos visuais magnificamente integrados à trama e à realidade da época da ação do filme, *Minority Report* é deslumbrante de ponta a ponta. Entre tantas seqüências espetaculares - como a perseguição nas estradas magnéticas de Washington, o combate entre Tom Cruise e Collin Farrell - uma se destaca pela olhar humano de Spielberg. Trata-se de uma busca num edifício pobre, quando os policiais colocam aranhas metálicas para descobrir cada habitante do lugar. Enquanto elas escaneiam os olhos dos moradores, a câmera de Spielberg passeia pelo teto como a mesma curiosidade voyeurística de Alfred Hitchcock em *Janela Indiscreta* (Rear Window, 1954). Outra seqüência inesquecível: quando Anderton e Agatha são procurados pelos policiais num shopping, com a Pre-Cog adiantando-se no tempo para fugir deles. Puro deleite visual.

Minority Report situa-se no grupo dos mais despretensiosos filmes de gênero da carreira de Spielberg, ao lado de *Os Caçadores da Arca Perdida* (Raiders of the Lost Ark, 1981) e *Jurassic Park* (1993). A diferença é que, aqui, o cineasta exercita, pela primeira vez, o filme noir pós-moderno, tanto voltado para a realidade que o cerca como para o próprio cinema. Não é por outro motivo que Spielberg pareça estar se divertindo por trás de cada citação cinematográfica ou situação de humor negro. Afinal, quem fica alheio àquela cena dos olhos rolando ladeira abaixo? Apesar de mais ácido desta vez, Spielberg nem por isso abandonou sua humanidade em *Minority Report*, um filme que, além de fazer pensar mais do que seus congêneres de estação, é também diversão inteligente e prazerosa.

1.6 Por Luciana Veras

Há quase três décadas ele vem prevendo o futuro, inserindo, no presente de alguns de seus filmes, personagens, máquinas e temáticas associadas ao que ainda está por vir. Em *Contatos Imediatos de Terceiro Grau*, o futuro era uma nave e a possibilidade de se relacionar com seres mais avançados de forma civilizada; em *E.T.*, o próprio extraterrestre; em *Jurassic Park*, os dinossauros que representavam o passado posto à prova por uma tecnologia adiantada; e em *A. I - Inteligência Artificial*, a reconstrução de uma humanidade aniquilada pelos próprios atos e amparada, no novo momento, pelos robôs. Nunca, contudo, o futuro de Steven Spielberg foi tão opressor como em *Minority Report — A Nova Lei* (*Minority Report*, EUA, 2002), disponível em VHS/DVD.

A razão primeva, claro, é o conto que o originou, da lavra do cultuado autor de ficção científica do Século XX. Philip K. Dick imaginou uma sociedade em que os criminosos são pegos antes de puxarem o gatilho através das percepções premonitórias de três seres degenerados no corpo e afiados no cérebro. São os precogs, vértices de sustentação do regime Pre Crime, responsável pela não-existência de delitos na Washington de 2054. São a garantia de vida feliz até liberarem a informação de que um crime seria cometido pelo próprio chefe da polícia.

No filme e no conto, esse chefe é John Anderton (Tom Cruise). No filme, Anderton atua de maneira exemplar na esfera pública, sem revelar o ressentimento pela perda do filho e as conseqüentes separação da mulher e aproximação das drogas. No conto, ele é mais velho, o sistema existe há mais tempo, não há filhos e sim uma esposa dissimulada e um tanto vaga. No filme e no conto, Anderton se sente ameaçado com a chegada de Witwer (Colin Farrell), representante da Justiça enviado para monitorar as atividades do Pre Crime e escavucar alguma falha no que é infalível por natureza.

A estrutura sólida daquela realidade, no filme descrita por meio de imagens singulares criadas por Spielberg (milhares de carros escalando paredes, aranhas-robô que vasculham ambientes e obrigam todos a se submeter ao um escaneamento da retina), é rompida com a revelação de que Anderton cometerá um crime. A partir deste instante, a película deixa de ser um sedutor exercício futurista e assume sua identidade, já instituída por Dick: a de um homem que,

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

confrontado com sua própria criação, vê-se inclinado a se destruir para não refutá-la.

Fugindo ao lado da precog Agatha (Samantha Morton), Anderton quer provar a sua inocência e a perfeição do sistema, dois pontos excludentes e não complementares. Spielberg, por sua vez, tem como objetivo abordar o desaparecimento da individualidade e da identidade — Anderton, sem trabalho, precisa se submeter a uma cirurgia para escapar ao cerco do sistema — numa época em que ao cidadão não é outorgado o direito de permanecer com nada, muito menos com tendências ou ideais homicidas.

Esses são dois pontos complementares. *Minority Report* é o atestado de competência, desnecessário, de um cineasta que atrela ao desenvolvimento tecnológico uma constante reavaliação do componente humano. Embora o final enfraqueça o proposto no texto original, o filme atualiza as questões elaboradas por Dick e apresenta um futuro alicerçado num Estado centralizador e totalitário, em que as noções de conduta e privacidade se esvaem diante dos olhos dos vários “grandes irmãos”.

2. Anexo II: Depoimentos de críticos atuais

2.1 Fernando Vasconcelos

Sempre tive uma espécie de 'perfil' de crítico entre amigos, para recomendar filmes. Isso ficou evidente a partir dos anos 80, com o videocassete. Quanto ao Cinemail, foi resultado do mesmo processo, só que via internet.

Acho que a crítica de cinema, assim como outros meios de expressão jornalística, foi banalizada pelo excesso e facilidade de informação no mundo atual. Qualquer um, eu incluso, se lança virtualmente como crítico de cinema. Como a maioria dessas críticas é superficial (e a média de qualidade dos filmes baixou muito também) acontecem as narrativas 'parecidas'. É raro hoje ver alguém defendendo ou detonando um filme com consistência e profundidade. Por outro lado, os críticos que realmente conhecem e entendem de cinema nunca se confundem com a maioria, embora sejam lidos por poucos.

A internet é um meio excelente para fazer conexão com pessoas que gostam de um assunto qualquer. Como o Cinema gera o meio dos cinéfilos, dispostos para o bate-papo tipo 'gostei-não-gostei' sobre os filmes, o meio é perfeito. Quando comecei a usar e-mail, muitos amigos me perguntavam sobre filmes: Vale a pena ver esse? Esse filme é legal? Já estreou tal filme? A tendência de acontecer isso era maior na quinta e sexta e eu comecei a listar os filmes em cartaz, eventualmente comentando-os, e a mandar tudo para os amigos. Como sou designer gráfico, naturalmente o formato ilustrado aconteceu. Com o tempo, e você sabe como internet é uma coisa que cresce descontroladamente, fui conhecendo pessoas do meio jornalístico. O resto é história!

A audiência do Cinemail está estável. Mando hoje para 750 endereços, sei que alguns repassam e alguns endereços são listas coletivas. 90% é local, mas tem gente do resto do Brasil e alguns do exterior. O feedback é legal, mas eu sempre espero mais. As pessoas hoje têm dificuldade de discutir, expressar-se.

2.2 Carol Ferreira

Fui estagiária do programa da TVU Cinema 11 logo no meu segundo período de jornalismo. Não fazia crítica propriamente dita, mas essa foi a minha primeira experiência com a produção de informação sobre cinema. Em 2000,

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

comecei a estagiar na *Folha*, chamada para cobrir cinema e escrever críticas e lá estou até agora.

De maneira geral, tenho a impressão de que os três cadernos compartilham certas regras que funcionam mais ou menos da mesma maneira, como a tendência de dar a capa da edição de sexta-feira às críticas das estréias na semana, por exemplo. Quando isso acontece, o espaço nos três jornais (guardadas as limitações oferecidas pelo projeto gráfico da *Folha*, no meu caso) é mais ou menos o mesmo. Acho que o espaço é suficiente para se cobrir as estréias, mas não para abarcar o que poderia ser produzido em termos de análise, se o espaço não fosse tão voltado para o cinema-programação-de-fim-de-semana. Mas acho que a crítica em Pernambuco vem melhorando nos últimos anos e que vem conquistando espaços.

Acho que existem duas linhas de crítica principais no mundo atualmente, a americana e a francesa, que representam dois extremos entre os quais variam as linhas críticas do resto do mundo. Nos EUA, reina o sistema das *reviews*, críticas centradas opinião isolada do autor do texto sobre o objeto, o filme. O crítico é um espectador de voz privilegiada, que transmite em primeira pessoa as suas impressões sobre o filme. Há uma preocupação maior com o texto do que com a análise do filme propriamente dita. Já na França, a linha crítica é muito mais analítica e rigorosa, baseada em argumentações teóricas, considerações políticas e autorais. Há de uma maneira geral uma preocupação acentuada em enquadrar o filme em correntes e tendências nacionais ou na obra de um autor. O tom do texto é mais sisudo e analítico que o da crítica americana, menos impressionista e mais atento ao corpo teórico da história da arte. As diferenças entre as duas correntes devem-se principalmente por conta da postura de cada uma em relação ao cinema: enquanto a americana encara filme como *entertainment*, e suas *reviews* seguem a mesma filosofia, o francês vê cinema como arte. Acho que a atitude da crítica é em grande parte reflexo da atitude do público dos países.

Minha opinião sobre as diferenças entre escrever críticas para a internet e para o jornal isso não é muito formada. Acredito no lugar comum que a liberdade de expressão da Internet abre espaço para uma maior experimentação, apesar de conhecer poucos que exercitem essa condição. A crítica que existe na Internet ainda é muito amarrada à crítica dos meios convencionais (mídia impressa e academia). A informalidade da Internet abre espaço para uma maior

informalidade também do texto e isso talvez seja a característica que mais se destaca do que é produzido diretamente para o meio, mas as possibilidades da rede ainda são muito pouco utilizadas, como o poder interativo e multimídia da Internet, por exemplo.

2.3 Kleber Mendonça Filho

No JC, o jornal sempre abriu para o que eu, como responsável pela área, tinha para oferecer. Eles sempre foram ótimos nesse sentido. Por ter sempre produzido viagens para festivais ao redor do país, coberturas de temporadas em Nova York e Festival de Cannes, acho que o JC abre espaço anormal e nunca antes visto no Recife para cinema, antes de 97. Isso fez com que (segundo pesquisa de marketing) CINEMA fosse a maior atração do Caderno C em três anos consecutivos, à frente da Coluna Social e Caça Palavras. Hoje, há uma dificuldade preocupante (e deprimente para mim como profissional) de encontrar espaço. Não é que o tema cinema tenha perdido a importância, mas o próprio formato e espaço têm tirado a importância e relevância de ler qualquer coisa num jornal, especialmente na área cinematográfica.

Narrativas críticas sobre filmes são parecidas, mas isso não me importa. O que difere uma da outra é a paixão e interesse pelo filme/pelo cinema, a firmeza das posições ou mesmo a confusão mental que o filme causou em quem está escrevendo. Textos precisam ser pessoais sem contudo serem pedantes ou exibicionistas. É um equilíbrio difícil. Narrativas são sempre parecidas, a diferença é o quão boas ou ruins elas são, como a maioria dos filmes.

Escrever na internet hoje é importante, porque é triste achar que toda a sua produção está "perdida" em jornais antigos. Na Internet, esse acervo está disponível para consulta num site organizado, em ordem alfabética. Isso também me dá a liberdade de "editar" o meu próprio material, deletar para sempre os piores momentos desse crítico e deixar apenas os passáveis e os que ele considera realmente válidos. Na web, tenho total liberdade de escrever do jeito que eu quero, até sendo mais pessoal e incisivo. Sobre "tamanho", penso exatamente o oposto ("textos devem ser mais curtos na net", o povo do UOL sempre me diz). Quem entra no CinemaScopio é porque tem interesse por cinema. Portanto, quanto maior (mas tem que ser bom) for o texto, melhor para o leitor. E tenho provas de que as pessoas lêem tudo, até o fim, pelos e-mails.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA POP E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

No site, textos saem mais longos, sem os cortes impostos pela edição do jornal. O CinemaScopio 870 críticas, 102 entrevistas, 300+ matérias, 50+ artigos. A audiência chega a 320-300 pessoas por dia, em média. Em dias de chamada na capa do UOL, isso chega a até 15 mil pessoas. Mas só com chamadas tipo Baz Luhrmann, Guilherme Fontes, Cannes, Michael Moore. Aliás, em Cannes, audiência aumenta muito, tipo 1,2 mil por dia, todos os dias.

2.4 Luciana Veras

Meu início na crítica propriamente dita se deu em 2000, quando, na função de estagiária do caderno Viver, do *Diario de Pernambuco*, passei a cobrir a área. Antes, por dois anos, havia trabalho como repórter, produtora e editora do Cinema 11, programa sobre cinema realizado por estudantes de Comunicação Social da UFPE e veiculado pela TV Universitária.

Hoje, se notam as diferenças entre os três jornais do Estado. Durante anos, o Caderno C reinou - e o verbo é esse mesmo - como o único caderno cultural que franqueava suas páginas para críticas, reportagens, entrevistas e artigos sobre cinema. Isso, óbvio, influenciou a formação de um público que hoje está aí freqüentando as salas, exercendo seu senso crítico em sites ou até mesmo e-mails. O equilíbrio atual entre os jornais diz respeito apenas ao espaço e à quantidade de textos publicados. Sim, porque um projeto editorial abrange mais do que capas, contracapas e meias-páginas dedicadas a tal assunto; engloba uma política, uma estratégia, algo que, ao meu humilde ver, o JC, embora precária, sempre teve, ao passo que o DP nunca se preocupou em tratar o cinema como assunto passível de investimentos.

Os críticos brasileiros, em seus textos sobre a produção nacional, por exemplo, perpassam as mesmas questões, ponderam sobre as mesmas coisas na hora de escrever. Isso pode levar a uma condescendência sobre um filme local ou a uma inclinação à "matação" exacerbada, como se o filme, só por feito aqui, não prestasse. No âmbito global, creio que as críticas se equiparam e, assim, produzem narrativas parecidas. Talvez não na forma ou no conteúdo, mas uma crítica do Elvis Mitchell do NY Times sobre *Fale com Ela* é similar a um texto de Inácio Araújo sobre o mesmo filme. Por quê? Porque hoje se lida com as mesmas informações e os mesmos propósitos. Tanto Elvis como Inácio querem escrever o melhor texto possível para atrair o maior número possível de leitores, até mesmo

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
O GOSTO DOS OUTROS: CONSUMO, CULTURA *POP* E INTERNET NA
CRÍTICA DE CINEMA DE PERNAMBUCO

para que eles não migrem para a *web*. Hoje, poucas são as fronteiras do cinema, e um filme americano, espanhol, iraniano ou russo chega da mesma forma nos EUA e aqui, e junto com ele vem sua bagagem, sua cultura.... isso tudo é relevado pelo crítico na hora de escrever, seja ele baseado na China ou na Guiana Francesa.

A Internet é a vastidão, é o espaço onde as normais editoriais dos jornais não se aplicam e nem existem, é o canal para você, do ponto de vista formal, usar gírias, relaxar no texto, coloquializar sua argumentação para torná-la mais próxima de todos os leitores, e, do ponto de vista do conteúdo, estabelecer as mais "viajadas" pontes, as mais loucas premissas para iniciar ou referendar seu texto.