

A FORMAÇÃO DO ESPECTADOR DE CINEMA E A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA NORTE-AMERICANA

Mariângela Machado *

Resumo

O presente artigo aborda o surgimento e a trajetória do cinema nos Estados Unidos, suas características e peculiaridades, bem como a evolução da indústria cinematográfica norte-americana e seus reflexos no cenário mundial. E, ainda, coloca em evidência os fatores determinantes para a hegemonia desta cinematografia em relação à de outros países, construída ao longo do século XX, e as possíveis repercussões na formação do hábito do espectador de cinema como um fenômeno verificado no mundo todo.

Palavras-chave

Indústria cinematográfica - Cinema hegemônico - Espectador de cinema

O advento do cinema, surgido no final do século XIX, na França, “nasceu e se desenvolveu simultaneamente com os avanços da indústria, da tecnologia e dos mercados” (Getino, 2007, p. 18). Entretanto, nos Estados Unidos o cinema desenvolveu aspectos diversos, derivados de uma cultura popular, que, em algumas décadas, consagrariam o veículo como a mais poderosa arma da indústria do entretenimento¹. Assim, a indústria cinematográfica norte-americana, consolidada ao longo do século XX, foi moldada conforme as especificidades desta sociedade, com feições mais democráticas, como resultado do convívio de imigrantes de várias origens e classes sociais.

Uma situação diversa da sociedade europeia do final do século XIX e início do século XX, que apresentava uma acentuada distinção entre as classes, demarcada também nas manifestações culturais sob rótulos de “alta” e a “baixa” cultura. De acordo com Gabler (1999), existiam outras diferenças entre as culturas europeia e norte-americana além do fato da cultura europeia contar com

Abstract

This study discusses the emergence and trajectory of the cinema in the United States, its characteristics and peculiarities as well as the evolution of North American film industry and its impact on the world stage. It also highlights the determining factors for the hegemony of this cinematography compared to other countries built during the twentieth century and the possible effects on the formation of the film audience's habit as a phenomenon found throughout the world.

Key Words

Film industry - Cinema hegemonic - Film audiences

centenas de anos de existência, enquanto que a cultura norte-americana estava recém constituída no século XIX.

No século XIX, assim como no XX, havia outro país, maior, mais polimorfo, um país que foi expurgado de quase todas as histórias da cultura, em parte porque seus produtos não foram feitos para durar e, em parte, presume-se, porque muitos historiadores da cultura preferiram esquecê-lo. Esses Estados Unidos não eram nem requintados nem tinham altos princípios. Esses Estados Unidos adoravam o que mesmo então os ranzinzas denominavam lixo, *trash* (Gabler, 1999, p. 20).

A figura do espectador de cinema foi construída nesta trajetória da consolidação da indústria cinematográfica mundial: “o espectador de cinema é uma invenção do século XX” (Canclini, 1999, p. 177). E, de acordo com Aumont e Marie (2007), há poucos estudos teóricos relacionados ao espectador, mas apenas uma abordagem sociológica, ainda pouco desenvolvida (Jarvie,

1970 e Durand, 1958 citados por Aumont e Marie, 2007, p. 105). Os autores ressaltam então a *função-espectador*, que busca modelos psicológicos variáveis, oriundos das relações estabelecidas com os filmes, em três situações distintas: na ação do filme sobre o espectador, quando o espectador age emocionalmente sobre o filme e, por fim, quando o espectador se parece com o filme.

Ainda, segundo os autores, a última proposição aparece de modo mais extremado em Metz (nos anos de 1970) e permite “ler na posição de espectador um análogo de certos movimentos psíquicos, notadamente a identificação” (Aumont e Marie, 2007, p. 107).

Christian Metz (1980) acrescenta que a formação do espectador de cinema foi possível através das artes de representações mais antigas, como o romance e a pintura figurativa, e através da tradição aristotélica da arte ocidental como um todo. Para o autor, esta condição forneceu as bases para adoção, de maneira estável e renovada, do efeito psíquico, como um *regime especial de percepção*, por ele analisado em termos freudianos, como uma *capacidade de ficção*. Esta perspectiva impulsiona também o caráter comercial do cinema, e atua como o motor da indústria cinematográfica:

[...] a existência de uma indústria cinematográfica que produz muito e sem parar, retroage sobre o efeito psíquico que a tornou possível e lucrativa (possível porque lucrativa), vem estabilizá-lo, diferenciá-lo, enquadrá-lo, oferecer-lhe uma possibilidade contínua de satisfação que o mantém vivo, terminando essa indústria por reproduzir assim as suas próprias condições de possibilidade (idem, p. 122).

Jacques Aumont (1993), por seu turno, coloca em relevo a importância que a imagem detém nas diversas sociedades: “a imagem é universal, mas sempre particularizada” (p. 131). Então, nesta perspectiva, o autor evidencia também a imagem em

movimento, característica do cinema, cujo assentamento acontece “no nível dos simbolismos mais solidamente enraizados em uma cultura, logo os menos conscientes, que se produzirão as diferenças na apropriação dessa imagem” (p.131). Assim, o autor apresenta uma idéia fundamental na seguinte proposição:

[...] a imagem é sempre modelada por estruturas profundas, ligadas ao exercício de uma linguagem, assim como à vinculação a uma organização simbólica (a uma cultura, a uma sociedade); mas a imagem é também um meio de comunicação e de representação do mundo, que tem seu lugar em todas as sociedades humanas (idem, p. 131).

A manifestação dos espectadores, que ensaiam reações diversas diante de cada filme, de acordo com Metz (1980), resulta da “própria instituição cinematográfica, em algumas de suas variantes sociológicas, que as prevê autoriza e integra” (idem, p. 105). Ainda, segundo o autor, o espectador do cinema é envolvido pelo ambiente de projeção do filme.

A situação fílmica traz em si alguns elementos de uma inibição motriz, e nisso ela é um sono leve, um sono acordado. O espectador está relativamente imóvel, mergulhado numa relativa obscuridade, e, sobretudo, não ignora que a natureza espetacular do objeto-filme e da instituição-cinema na sua forma histórica constituída: está de antemão decidido a comportar-se como espectador (função da qual extrai seu nome), em espectador e não ator (os atores têm seu lugar marcado, que está algures: do outro lado do filme); durante o tempo da projeção, difere de qualquer projeto de ação (idem, p. 120).

Enfim, na perspectiva de Metz (1980), a denominada *capacidade de ficção* do espectador de cinema também está presente nas artes miméticas mais antigas (no quadro, no romance, entre outras). Entretanto, o cinema surgiu no período (século XIX) em que se já considerava a correspondência

sensorial entre as artes. E, conforme Aumont e Marie (2007), “vários críticos foram tentados a ver nele a resposta às interrogações implícita da ‘correspondência das artes’, na forma de uma arte síntese, que procede, a um só tempo, de várias outras” (p. 65).

No entanto, a visão fenomenológica de Metz (1980) considera que no cinema a impressão de realidade tem maior intensidade,

[...] visto que a natureza característica do significante cinematográfico, com suas imagens fotográficas particularmente semelhantes, com a presença real do movimento e do som, etc., tem como efeito inflectir o fenômeno-ficção, apesar de muito antigo, para formas historicamente mais recentes e socialmente específicas (idem, p. 123).

A PLATÉIA NO CINEMA

Nos primórdios do século XX a platéia de cinema norte-americana apresentava características operárias, provocando resistências tanto na elite cultural remanescente, como na classe média do período. Uma situação análoga da experimentada no mundo todo.

Do cinema de feira europeu ao nickelodeon americano, o cinema foi, a princípio, uma diversão popular, em uma época em que os próprios artistas de vanguarda não imaginavam que pudessem se dirigir ao povo. As instituições encarregadas de definir a arte, e notadamente a crítica (literária, teatral), tiveram, portanto, de início, reflexos muito negativos para com o cinema (Aumont e Marie, 2007, p. 22).

Mas, as primeiras reações negativas não conseguiram deter o rápido avanço do cinema nos Estados Unidos. Segundo Glaber (1999), as repostas para compreender a súbita popularidade do veículo resultam da experiência singular propiciada pelo cinema. “Nenhuma outra forma de entretenimento poderia fornecer a mesma proximidade, a mesma escala monumental, o mesmo impacto fenomenológico” (idem,

p. 53).

Nesta sociedade norte-americana, do início do século XX, que venerava o sensacionalismo, o cinema representava a apoteose da visão espetacular, além de apresentar ao público uma interpretação inédita da realidade, já que os filmes (como um veículo fotográfico) eram realizados a partir de materiais da realidade.

Segundo Robert Sklar (1975), nos EUA pós-guerra, essa platéia de cinema, que inicialmente tinha características operárias, aos poucos cede espaço também para a classe média norte-americana:

Só agora a classe média norte-americana principiara a encarar o cinema como algo mais que um lixo imoral que só servia para os membros da classe operária; e eis que, sem mais aquela, suas próprias filhas faziam as malas e saíam de casa para tentar a sorte em Hollywood (p. 93).

Nos Estados Unidos, desde o princípio, o cinema foi aclamado como um veículo livre de qualquer tradição, distante da mácula da cultura europeia. E, para Glaber (1999), o veículo foi recebido abertamente devido a sua capacidade de expurgar os *guardiões* da cultura, oferecendo a possibilidade de distanciamento de uma noção de cultura destinada ao consumo exclusivo das elites. “Enquanto na Europa os filmes atenderam de imediato ao gosto da classe média como maravilha tecnológica, aqui eles atenderam ao gosto da classe operária como arma cultural” (idem, p.51).

Assim, para os estadunidenses “o poder cultural do cinema estava no fato de ele não ter aparecido apenas como resultado da tecnologia; o cinema chegara com uma espécie de realização dos desejos e anseios americanos” (idem, p.50). As salas de exibição no início do cinema mudo, quando a música era executada ao vivo e as sessões contavam com uma apresentação oral, apresentavam características particulares:

As barracas dos parques de diversões estão entre as primeiras salas de cinema, com decoração carregada, inspirada no art nouveau, realçada muitas vezes por uma iluminação copiosa. O órgão, de madeira pintada e esculpida, orgulho da casa, fica ao lado da bilheteria. É o ancestral do órgão de cinema, que faz sua aparição na Inglaterra em 1906. Mas o que atrai sobretudo os espectadores são os números pelo mestre-de-cerimônias à entrada da sala (Toulet, 2000, p. 51).

Então, após este começo itinerante, o cinema ganha espaço nas salas de exibição permanentes², ainda no começo do século XX (Sklar, 1975). Assim, fica estabelecido o terreno para a formação de hábitos de percepção e assistência, através da exploração do *estado filmico*³ com que utiliza a instituição cinematográfica no seu funcionamento habitual (Metz, 1980). Segundo Canclini (1999), a instituição cinematográfica conta com “uma nova distinção entre o real e o imaginário, outro senso do verossímil, da solidão e da ritualidade coletiva. Aprendeu-se a ser espectador de cinema.” (idem, p. 201).

Entretanto, Metz (1980) afirma que “todo o cinema como fato social, e por conseguinte também o estado psicológico do espectador normal, pode revestir aspectos muito diferentes daqueles que estamos habituados” (idem, p. 143). Ou seja, o cinema atua de modo diverso em cada sociedade.

E, na perspectiva de Anne Cauquelin (2005), “o verossímil está submetido ao conjunto de nossas crenças; os limites do acreditável são os limites dessas crenças. Mas essas são as crenças da opinião comum: a doxa” (p. 64). A autora considera que cada sociedade tem um parâmetro do que é considerado verossímil e enfatiza que “é o verossímil que se encontra no cerne do prazer estético proporcionado pela ficção” (p. 64), presente no cinema. E, ainda conforme a autora, “o que provoca prazer é nos encontrarmos em um meio conhecido, no qual certo arranjo interior nos encanta por

sua novidade, sem, contudo, nos excluir de sua intimidade” (idem, p. 64).

No entanto, na linha de Badiou (2002), essa verossimilhança seria traduzida como uma “imaginarização” da verdade, “desatrelada de qualquer realidade” (idem, p. 15). O autor enfatiza que a arte está a serviço do público e, então, deve necessariamente agradá-lo. Para o autor a arte do cinema tem os seguintes traços:

O cinema é uma arte do passado perpétuo, no sentido de que o passado é instituído como passagem. O cinema é visitaçã: do que eu teria visto ou ouvido, a idéia permanece enquanto passa. Eis a operação do cinema, cuja possibilidade é inventada pelas operações próprias de um artista: organizar o afloramento interno ao visível da passagem da idéia (idem p. 103).

Entretanto, os aspectos relacionados estritamente aos filmes, considerados pelos teóricos do cinema⁴, estão inseridos em um contexto maior, conforme a perspectiva trabalhada por Metz⁵ (1980b), onde o cinema figura “como um vasto e complexo fenômeno sociocultural” (p. 07). Neste sentido, esse contexto maior estaria relacionado ao conjunto da *instituição cinematográfica*, considerando a distinção entre o *fato filmico* e *fato cinematográfico*, conforme apontam Aumont e Marie (2007):

O cinema comporta um aspecto institucional importante, que recobre a distinção entre fato cinematográfico e fato filmico (Cohen-Séat, 1946). O cinema engloba um vasto conjunto de fatos, e alguns intervêm antes do filme – infra-estrutura econômica de produção, estúdios, financiamento bancário, legislações nacionais, sociologia dos meios de decisões, estado tecnológico dos aparelhos – e outros, depois do filme - influência social, política e ideológica do filme nos diferentes públicos, modelos de comportamento dos espectadores, pesquisas de audiência etc. É esse conjunto de elementos não filmicos que é chamado de ‘instituição cinematográfica’ (Friedmann e

Morin, 1952) (idem, p. 168).

A ampliação do mercado exibidor de cinema, com um aumento significativo no número de espectadores, tem como expoente a política de expansão mundial do cinema norte-americano: o cinema “como atividade fundamentada num sistema industrial e comercial para alcançar o público” (Barone, 2008, p. 6). Com o advento da primeira guerra mundial a indústria cinematográfica da Europa ficou enfraquecida em todos os aspectos, sobretudo, na etapa da produção. Os reflexos desta situação incidiram também na América Latina com a impossibilidade de comprar filmes virgens e equipamentos com preços acessíveis no mercado europeu, afetando também a produção de filmes nesses países.

com o surgimento do cinema sonoro, no final dos anos de 1920, o orçamento dos filmes foi elevado, ocasionando a falência dos pequenos estúdios de produção e, assim, abrindo caminho para as grandes corporações de Hollywood.

O cenário favoreceu a expansão mundial da indústria de cinema norte-americana, com potencial para monopolizar a produção, a distribuição e a exibição. E com o surgimento do cinema sonoro, no final dos anos de 1920, o orçamento dos filmes foi elevado, ocasionando a falência dos pequenos estúdios de produção e, assim, abrindo caminho para as grandes corporações de Hollywood. “Ali foi desenvolvido o sistema de estúdios, que racionalizava significativamente os custos e foi criada também a sua contrapartida promocional: o *star system*” (Novais, 2006, p. 598).

Seligman (2000) enfatiza estratégias

de promoção do cinema norte-americano:

O star-system foi o instrumento utilizado para promover o produto ‘cinema americano’, divulgando atores e diretores para torná-los importantes para a sociedade. A idéia era transformá-los em estrelas, em mitos adorados pelo público, colocá-los acima dos cidadãos comuns. Já os gêneros cinematográficos bem específicos, como o policial, o musical e o western, característicos da década de 30 e 40, quando o sistema foi instituído, foram uma forma de contentar todo o tipo de público (Seligman in Kovarick et al, 2000, p. 23).

A situação hegemônica do cinema produzido pelos Estados Unidos no mercado mundial, desde o início do século XX, é evidenciada por Canclini (2007) como resultado de conquistas consolidadas ao longo da história. E, sobretudo, ancoradas por fatores de ordem política, “ainda que em princípio – aparentemente fortuitos, como, por exemplo, as duas guerras mundiais, que destruíram as cinematografias competidoras da Europa, e também com o apoio ativo do governo dos EUA” (p. 248). E não visão do autor:

O mérito do cinema estadunidense é que desde o começo puseram-se a buscar públicos amplos; enquanto nas sociedades européias as artes e a literatura concentravam-se mais nas elites e nas tradições nacionais, nos Estados Unidos absorveram as contribuições de migrantes de todos os continentes para forjar uma cultura popular e de massas, capaz de seduzir amplos setores de outros países (idem, p. 256).

E Sklar (1975) reforça aspectos da hegemonia da indústria cinematográfica norte-americana:

A origem da ascendência norte-americana, entretanto, não está na superioridade do espírito de iniciativa estadunidense, porém nas más fortunas dos outros produtores de filmes. A guerra de 1914-1918 dera aos cineastas norte-americanos a sua oportunidade,

e eles conservaram essa vantagem durante um quarto de século, até que a guerra voltou a intervir. Na ausência da competição estrangeira, os norte-americanos obtiveram o pleno controle do seu mercado interno pela primeira vez e substituíram os europeus como principais fornecedores de filmes para as áreas não-beligerantes do mundo, particularmente a América Latina e o Japão (p. 252).

Nos anos de 1920, em decorrência da situação privilegiada em que se encontrava a indústria cinematográfica dos Estados Unidos, o mercado de distribuição cresceu em ritmo acelerado e as salas de exibição do país proliferaram por toda parte. A construção dos grandes cines-teatro, a partir de 1925, marca a aceitação do cinema pela burguesia, que passa a freqüentar as salas de exibição (Barone, 2005). Nos anos de 1930, estes espaços tornaram-se importantes e pomposos, construídos de acordo com o código modernista e ousados do *art déco*⁶. “Ir ao cinema pelo menos uma vez por semana, vestido com a melhor roupa, tornou-se uma obrigação para garantir a condição de moderno e manter o reconhecimento social” (Novaes, 2006 p. 599).

E de acordo com relato da *Motion Picture Patents Company*⁷, existiam nos EUA, em 1907, cinco mil salas de espetáculos para o cinema; em 1911, este número saltou para 11.500 salas; e, em torno de 1914, já eram 18 mil salas de cinema, com 7 milhões de espectadores diários (Gabler, 1999). Além da proliferação de salas de exibição, a evolução tecnológica do cinema também favoreceu a sedimentação do público para o cinema.

A sonorização e a introdução do filme colorido (1939) resultaram num produto com maior nível de realismo e maior facilidade de compreensão, eliminando extensos letreiros e efeitos visuais. Aprimorou-se a linguagem, desvinculando-a dos vícios do teatro e, de forma direta, o envolvimento do espectador com a trama passou a ser de

comunicação mais fácil (De Luca, 2004, p.182).

E, na perspectiva de Beatriz Sarlo (1997), o cinema tem a propriedade de consolidar um público com um olhar distanciado do *saber fazer*, o que fortalece ainda mais a fantasia ao redor do universo do cinema. Neste sentido, conforme a autora, o mito criado em torno do cinema não seria apenas estético, mas também resultado desta relação com a *aura técnica*. Assim, o conjunto de explicações técnicas, disponíveis na sociedade contemporânea através dos meios de comunicação, alimenta uma imaginação técnica e, ao mesmo tempo, demarca as fronteiras entre as limitações dos saberes e as disposições do público.

A aura técnica é um fenômeno novo, que se produz somente quando uma zona da tecnologia está suficientemente perto, para que outra pareça afastada e inalcançável. E esta defasagem entre o efetivamente incorporado na vida cotidiana e o que só é uma promessa, se instala na imaginação ficcional, na qual interessam menos as explicações detalhadas dos processos, do que o relato do que estes processos farão possíveis quando dominados inteiramente (idem, p.133).

Então, na passagem do cinema mudo para o cinema sonoro, na segunda metade dos anos de 1920, e posteriormente para o cinema colorido, nos anos de 1930, a dimensão técnica do cinema ganha maior amplitude: uma transformação técnica e estética, que fascina e congrega públicos cada vez maiores no mundo todo (Sarlo, 1997). Neste sentido, a autora considera que o cinema tem a propriedade de impulsionar uma “relação de consumo altamente mitologizante” (idem, p.125), mesmo nos cenários mais técnicos, distantes dos ambientes amadores da atividade cinematográfica, que saem de cena tão logo entra em curso a trajetória da indústria cinematográfica.

A autora enfatiza que, praticamente

desde os primórdios, o cinema gera uma indústria e um mundo de espectadores que se relacionam com a técnica de modo imaginário, sem contato direto com a operação dos equipamentos, tanto na produção, como na exibição. Sendo assim, resta ao público apenas o contato com uma gama de curiosidades técnicas, explicações sobre procedimentos inacessíveis e notas de correspondentes estrangeiros sobre o mundo das celebridades - o *star system*. Então, a distância entre o know-how caseiro do rádio e o do cinema, por exemplo, demonstra a importância da dimensão que este exerce na imaginação do público.

O CINEMA DE HOLLYWOOD

O poder da indústria cinematográfica dos Estados Unidos no mercado mundial vem sendo pavimentado desde as origens com a conformação de sua forma oligopólica. A tendência monopolista está presente nas primeiras tentativas de controle da fabricação de equipamentos (Barone, 2005). Na década de 1920 esta sistemática foi acentuada em um contexto marcado pelos movimentos de concentração, estimulados pela grande depressão de 1929. E, conforme Sklar (1975), de certa forma, o craque da bolsa de New York e a Grande Depressão da década de 1930 também favoreceram a indústria de cinema norte-americana.

As fitas de cinema não somente divertiram e entretiveram a nação enquanto durou sua mais severa desordem econômica e social, mantendo-a coesa por sua capacidade de criar mitos e sonhos unificadores, mas também a cultura cinematográfica dos anos trinta passou a ser uma cultura dominante para muitos norte-americanos, proporcionando novos valores e ideais sociais em substituição às velhas tradições feitas em pedaços (idem, p.189).

E, ainda segundo Sklar (1975), todo o fascínio que o cinema desperta no público foi muito bem explorado desde o começo em

termo comerciais, em escala global, com o apoio efetivo do governo dos Estados Unidos:

Mande fitas de cinema para povos estrangeiros e prepare-se para receber, dentro de pouco tempo, pedidos de roupas, automóveis e aparelhos; essa lógica levou o Congresso, em 1926, a destinar 15.000 dólares à criação de uma Seção Cinematográfica na Divisão de Comércio Externo e Interno, sob a direção do Secretário de Comércio Hebert Hoover. Sua meta era promover o aluguel de filmes norte-americanos e a venda de equipamento cinematográfico no ultramar. Embora os reformadores não hesitassem em protestar contra o patrocínio, pelo governo, da exportação de películas cinematográficas sem que as autoridades federais se mostrassem dispostas a controlar-lhes o conteúdo, de nada valeu o protesto (idem, p. 254).

Para Novais (2006), a indústria de cinema de Hollywood, que encontra seu apogeu nos anos 1930, é responsável pela afirmação da vocação do cinema como uma arte direcionada para os olhos e para o subconsciente do espectador, e não voltada “para a razão ou explanação verbal. E, por isso, o cinema está mais próximo da mitologia que da narrativa ou da história com sua estrutura orgânica ou base verbal. O cinema não explica nem persuade, ele seduz” (p. 600). Entretanto, Seligman (2000) elucida um aspecto dicotômico do veículo cinema: “o caráter comercial e o êxito de bilheteria, meta principal de algumas produções cinematográficas, configura o cinema com uma indústria ou, em alguns países, uma tentativa de industrialização, provocando cada vez mais a dicotomia da expressão arte versus indústria” (p. 23).

Com o nascimento do cinema, os teóricos evidenciam seus aspectos relacionados à arte: “após a Primeira Guerra Mundial, vários críticos europeus procuravam definir e promover uma arte cinematográfica específica, que não imitava as artes tradicionais”

(Aumont e Marie, 2007, p. 22). No entanto, conforme os autores, “a reivindicação artística enfraqueceu-se em seguida no âmago do cinema industrial, que, geralmente, se contentou em se passar, beneficiando-se da dúvida, por artístico, sem procurar dizer como nem por que” (idem, p. 22).

os obstáculos para a adaptação da obra literária para o cinema, por exemplo, não são de ordem estética, mas de ordem sociológica e como indústria, já que a força do cinema populariza de fato a obra literária. Assim, em cada adaptação para o cinema, a edição literária correspondente aumenta suas vendas.

Mas a questão artística do cinema tem vertentes variadas. Para o crítico francês André Bazin (1991), os obstáculos para a adaptação da obra literária para o cinema, por exemplo, não são de ordem estética, mas de ordem sociológica e como indústria, já que a força do cinema populariza de fato a obra literária. Assim, em cada adaptação para o cinema, a edição literária correspondente aumenta suas vendas.

Mas, destaca ainda o autor, “o fenômeno cinematográfico não se desenvolveu de modo algum nas condições sociológicas em que as artes tradicionais subsistem” (p. 85). Mesmo tendo surgido depois, o cinema não está atrás das outras artes: “a evolução do cinema foi necessariamente inflectida pelo exemplo das artes consagradas”, mas, enfatiza, no momento que o cinema se impõe como arte popular. (idem, p.84).

E não pode ser diferente se confrontarmos a obra literária com a enorme e poderosa massa da indústria cinematográfica: é o cinema que nivela tudo. Quando, ao contrário,

graças a alguma convergência propícia de circunstâncias, o cineasta pode se propor a tratar o livro diferentemente de um roteiro de série, é um pouco como se todo o cinema se elevasse em direção da literatura (Bazin, 1991, p. 94).

E ainda nessa discussão da relação do cinema com outras artes, Bazin (1991) ressalta a dimensão e a importância do público:

Esperando que a dialética da história da arte lhe restitua essa desejável e hipotética autonomia, o cinema assimila o formidável capital de assuntos elaborados, aglomerados à sua volta pelas artes ribeirinhas ao longo dos séculos. Apropria-se deles porque precisa, e porque desejamos reencontrá-los através dele. [...] Na verdade, não há concorrência nem substituição, mas adjunção de uma dimensão nova que as artes pouco a pouco perderam desde a Renascença: a do público (idem, p. 104).

No cinema contemporâneo, principalmente no âmbito da política cinematográfica, predominam questões relacionadas ao público de cinema. Questões como a necessidade de realizar filmes voltados para o mercado (leia-se público) ou questões sobre a premência do cinema nacional encontrar seu público, sobretudo, quando se leva em conta que os cinemas nacionais estão aliados das salas de exibição, em detrimento do produto estrangeiro. Neste sentido, Bazin (1991) coloca em relevo a condição do cinema enquanto arte funcional, direcionada ao público:

O cinema não pode existir sem um mínimo (e esse mínimo é imenso) de audiência imediata. Mesmo quando o cineasta afronta o gosto do público, sua audácia só é válida na medida em que é possível admitir que o espectador está equivocado sobre aquilo que deveria gostar e daquilo que gostará um dia. A única comparação contemporânea possível seria com a arquitetura, pois uma casa só tem sentido quando é habitável (p. 100).

(Canclini, 2007, p. 247).

E na questão da onipresença do cinema norte-americano nas salas de exibição, no mundo todo, em detrimento dos cinemas locais, cabe ressaltar que a transformação da indústria cinematográfica americana segue a passos largos nos anos de 1980, com as novas tecnologias da imagem, num cenário de desregulamentação das redes e das indústrias da comunicação. No entanto, esse oligopólio do cinema gerenciado pelos Estados Unidos é plenamente consolidado, então, a partir desta década, quando se efetiva um controle simultâneo, em mais de uma centena de países, em toda cadeira produtiva do setor audiovisual: na produção, distribuição e na exibição (Canclini, 2007).

Numa operação mais expansiva que qualquer outro campo cultural, Hollywood impôs um formato de filmes quase único: produções de mais de 10 milhões de dólares - nas quais mais da metade destina-se ao marketing, principalmente representado pelos gêneros de ação, promovendo temas de fácil repercussão em todos os continentes (Canclini, 2007, p. 245).

O autor ressalta ainda como fator preponderante para a assimetria nos mercados nacionais, as novas facilidades concedidas aos investimentos externos pelas políticas desregulamentações dos governos latino-americanos, marcadamente a partir da década de 1990, que propiciaram altos investimentos dos Estados Unidos na construção de conjuntos de multisalas de cinema naqueles países.

Este predomínio dos filmes estadunidenses dentro do seu país, e que quase exclui outras cinematografias, repete-se, de modo acabrunhante, nos países latino-americanos. Até mesmo em nações com ampla produção própria, como a Argentina, o Brasil e o México, os filmes de Hollywood ocupam cerca de 90% do tempo de exibição. Como sabemos, algo semelhante ocorre em muitos países europeus e em outros continentes

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim, verificamos que são diversos fatores a considerar quando o assunto é o predomínio do cinema estadunidense em escala mundial. Entre eles, Canclini (2007) destaca o desenvolvimento precoce da indústria cinematográfica dos Estados Unidos (tal como aconteceu em outros campos culturais e comunicacionais), que favoreceu a sedimentação de experiências profissionais no setor audiovisual, com um elevado nível técnico e, inclusive, com um maior conhecimento dos mercados, também em função da crescente expansão liderada pelos norte-americanos, desde o pós-guerra. E, ainda, com maior relevo, as medidas protecionistas do governo estadunidense para com o seu cinema, com isenção de impostos e a uma organização semimonopolistas da distribuição e exibição.

o caráter fantástico da natureza técnica materializa hipóteses até então consideradas ficcionais e maravilhosas. Nesta visão, a mescla de possibilidades futuras e feitos presentes geram uma dimensão de onde as razões da técnica reforçam as expectativas da imaginação.

Conforme o autor são medidas que funcionam como barreiras mais eficazes frente às cinematografias de outras sociedades e línguas dos que as cotas de exibição estabelecida em outros países por meio da regulação de organismos públicos, como a Cota de Tela no Brasil⁸. Então, ainda conforme Canclini (2007), toda a mística criada em torno do cinema norte-americano é comprovada por diversos estudos de consumo feita na América Latina, por exemplo, que explicitam a sintonia dos gostos do público com os estilos do cinema hegemônico.

A onipresença do filme norte-americano (na televisão, no cinema e no vídeo) “contribui para que se identifique dos EUA com o cinema” (Canclini, 1996, p.183), no mundo todo, enquanto que os filmes latino-americanos são identificados como um gênero específico de cinema: nas prateleiras das locadoras de DVDs, por exemplo, esses filmes figuram como cinema estrangeiro e, dentro do território de seu país de origem, como outro um gênero específico – cinema nacional. Assim, é possível verificar que o cinema hegemônico é largamente utilizado como parâmetro comparativo em relação à filmografia de outros países.

Enfim, a excelência técnica alcançada pelo cinema norte-americano corrobora para a consolidação de platéias várias nacionalidades. E, conforme Beatriz Sarlo (1997), a técnica figura como instrumento de modernização econômica e alavanca transformações urbanas, também irradiando configurações ideais de imagens e desencadeando processos relacionados a construções imaginárias, também com as aquisições dos saberes experimentados. Neste sentido, para a autora, o caráter fantástico da natureza técnica materializa hipóteses até então consideradas ficcionais e maravilhosas. Nesta visão, a mescla de possibilidades futuras e feitos presentes geram uma dimensão de onde as razões da técnica reforçam as expectativas da imaginação.

Não há razões para não crer que tudo pode ser possível: a rapidez com que certas modificações técnicas se incorporam no horizonte da vida cotidiana reforça a idéia do milagre, que inspira metáforas bem conhecidas: o milagre da eletricidade, o milagre do rádio, o milagre do cinema... Trata-se do ‘maravilhoso moderno’, uma paisagem cultural onde toda a promessa pode realizar-se (Sarlo, 1998, p. 135).

E, na concepção de Mattelart (2005), a luta da França e da Europa contra a invasão de filmes norte-americanos em seus países,

contrários à colonização cultural, tem outra face, mascarada pelos conflitos de interesse:

O paradoxo da história do longo confronto da França e da Europa com os Estados Unidos é que, para além do desacordo, a fábrica de sonhos chamada Hollywood por muito tempo suscitará o desejo de cinema (e de uma certa América) de cinéfilos e de vários cineastas migrante provenientes da Europa. Como se a América estivesse, queira-se ou não, ‘no princípio’, dizia o crítico Serge Daney, referindo-se ao mito das origens do imaginário cinematográfico (idem, p. 52).

Contudo, a trajetória construída pelo cinema norte-americano ao longo do século XX influenciou as cinematografias de diversos países e os hábitos de percepção de filmes no mundo todo. E esta onipresença no mercado exibidor influenciou também a formação do espectador de cinema, quer por aspectos psicológicos, ou por aspectos culturais e mercadológicos, acompanhando a evolução do capitalismo global. Assim, a história secular do veículo, que hoje experimenta transformações estruturais (na produção e no consumo) em função das novas tecnologias digitais, autoriza que o cinema funcione como uma vitrine do sistema de exibição (De Luca, 2004), localizado em um cenário mais abrangente, na denominada indústria do entretenimento.

NOTAS

* Mestranda em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS. E-mail: machado.mariangela@yahoo.com.br

1 O termo entretenimento tem a etimologia latina que vem de inter (entre) e tenere (ter). No inglês, a palavra evoluiu para entertainant; e tem sido utilizado pela sua definição mais familiar: “aquilo que diverte com distração ou recreação” e “um espetáculo público ou mostra destinada a interessar ou divertir” (Gabler, 1999, p. 25).

2 “Dos filmes de longa metragem exibidos nesses palácios de cinema e em todas as outras salas de espetáculos, grandes ou pequenas, espalhadas por todo o país (EUA), apenas um número muito pequeno deles, era produzido sem a expectativa ou, pelo menos, sem uma vigorosa esperança de lucros. Isso singularizou o cinema meio das artes” (Skalr, 1975, p.107).

3 Conforme Metz (1980), este o estado-filmico resulta do “triplo jogo da realidade, do sonho e do fantasma, e, portanto, a singular mistura destes três espelhos” (p.147).

4 Conforme Andrew (1976), “a teoria do cinema é um empreendimento lógico e que, ao mesmo tempo em que precisamos notar a diferença de abordagem de qualquer teórico em particular, precisamos ser capazes de comparar e contrastar seus pontos de vistas com os nossos e com os de outros teóricos” (p. 20). Assim, o autor considera a teoria do cinema como um sistema, onde todas as perguntas e todas as perspectivas são inter-relacionadas, mas levando em conta as diversas respostas possíveis.

5 “O cinema hoje (fenômeno recente dissemos), entrou, contudo, para os costumes: não basta mais surpreender-se com ele como uma maravilha em estado de emergência, é preciso começar a compreendê-lo em seus diferentes aspectos, e para tanto fazer alguma idéia dos diferentes pontos de vista sob os quais o seu estudo pode ser abordado” (Metz, 1986b).

6 O termo art déco, de origem francesa (abreviação de arts décoratifs), refere-se a um estilo decorativo que se afirma nas artes plásticas, artes aplicadas (design, mobiliário, decoração etc.) e na arquitetura no entre guerras europeu. Cf. Enciclopédia Itaú Cultural de Artes Visuais, www.itauacultural.org.br . Acessado em 16/04/09.

7 Monopólio de produção cinematográfica formado pelo inventor norte-americano Thomas Alva Edison, em 1909, com o “objetivo de controlar a produção de câmeras, projetores e películas com a cobrança de royalties a todos os empreendedores que viessem a se utilizar dos mesmos. Era a criação de um truste que influenciaria os padrões adotados pela indústria em diversas partes do mundo” (Barone, 2005, p. 41).

8 Dispositivo legal que fixa o número de dias para a exibição de obras cinematográficas brasileiras: cada cinema do País deverá exibir filmes nacionais de longa-metragem no mínimo durante 28 dias do ano.

REFERÊNCIAS

AMOUNT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1993.

AMOUNT, Jacques e MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico de cinema**. 3 ed. São Paulo: Papirus, 2007.

BARONE, João Guilherme B. Reis e Silva. **Comunicação e indústria audiovisual: cenários tecnológicos & institucionais do cinema brasileiro na década de 1990**. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2005.

_____. **Exibição, crise de público e outras questões do cinema brasileiro**. Revista Sessões do Imaginário, Porto Alegre, nº 20, dezembro 2008, Famecos/PUCRS.

BAZIN, André. **O cinema: ensaios**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

BAUDIOU, Alain. **Pequeno manual de inestética**. São

Paulo: Estação Liberdade, 2002.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4 ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999/1996.

_____. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade**. 2 ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2007.

CAUQUELIN, Anne. **Teorias da arte**. São Paulo: Martins, 2005.

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

GABLER, Neal. **Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

GETINO, Octavio. Introdução. In: MELEIRO, Alessandra (Org.) **Cinema no mundo - Industrialização, política e mercado**. América Latina. São Paulo: Escritura Editoria, 2007.

MATTELART, Armand. **Diversidade cultural e mundialização**. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

METZ, Christian. **O significativo imaginário: psicanálise e cinema**. Lisboa: Horizonte, 1980.

METZ, Christian. **Linguagem e cinema**. São Paulo: Perspectiva, 1980b.

NOVAIS, Fernando A.; SEVENKO, Nicolau (org.). **República: da belle époque à era do rádio. História da vida privada no Brasil – v. 3**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006. 724 p.

SKLAR, Robert. **História social do cinema americano**. São Paulo: Cultrix, 1978.

SARLO, Beatriz. **La imaginación técnica: sueños modernos de la cultura argentina**. Buenos Aires: Nueva Visión, 1997.

SELIGMAN, Flávia. O nacional, o popular e a censura no cinema brasileiro. In: KOVARICK, Adriana Coelho Borges et al. **Tendências na comunicação**: 3. Porto Alegre: L&PM, 2000, p. 22-29.

TOULET, Emmanuelle. **O cinema: invenção do século**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.