

Cinema e novas tecnologias

Aletéia Selonk*

Tecnologias

TOMANDO COMO PONTO de partida o Mito do Narciso, onde um homem fica fascinado pela sua imagem refletida, e a teoria de Marshall McLuhann (1964), de que os indivíduos são facilmente seduzidos por qualquer extensão de si mesmos, em qualquer material que não seja o seu próprio corpo¹, o cinema é um dos artefatos tecnológicos mais importantes do século XX.

Em primeiro lugar, isto se justifica por ser uma das principais atividades econômicas do mundo capitalista e globalizado. Do ponto de vista cultural, a produção e o consumo de obras audiovisuais destaca-se por seu papel na disseminação de informações e enquanto fonte de lazer. Marshall McLuhann (1964) diz em sua obra que o cinema “oferece como produto o mais mágico de todos os bens de consumo, a saber: sonhos”.

O cinema é uma das mais fortes indústrias culturais. Capaz de criar valores e mitos, homogeneizar gostos, e mixar conteúdos², a produção cinematográfica ultrapassou as fronteiras nacionais, sendo vista, às vezes até simultaneamente, por vários países e continentes. Os filmes transformaram-se em mercadoria de consumo – compramos um ingresso para assistir a fantasia, adquirir informação e estar em sociedade.

A tecnologia e o cinema sempre andaram juntos. Esta relação é uma constante no que se refere às expressões artísticas. O poder das artes de antecipar os futuros desenvolvimentos sociais e técnicos foi reconhecido há muito tempo. Marshall McLuhan (1964) é um dos autores que desenvolve esta idéia.

Se a arte é um “sistema de alarme prévio” – para usar uma expressão da Segunda Guerra Mundial, quando o radar era uma novidade – tem ela a maior relevância não apenas no estudo dos meios e veículos de comunicação, como no desenvolvimento dos controles nesses mesmos meios. A arte, como ambiente-radar, exerce a função de indispensável treino perceptivo – e não de papel de dieta privilegiada para a elite.³

Além disso, o homem é continuamente modificado pela tecnologia, além de encontrar novos meios de modificá-la. “É como se o homem se tornasse o órgão sexual do mundo da máquina, como a abelha do mundo das plantas, fecundando-o e permitindo o envolver de formas sempre novas”⁴, expõe McLuhan (1964) em sua teoria que relaciona comunicação, tecnologia e indivíduo.

Sobre a adaptação a estas novas técnicas e usos, podemos pensar sobre a demanda. Ninguém quer um carro até que haja carros, ninguém está interessado em TV até que existam programas de televisão.

McLuhan (1964) destaca que “esse poder da tecnologia em criar seu próprio mercado de procura não pode ser desvinculado do fato de a tecnologia ser, antes de mais nada, uma extensão de nossos corpos e de nossos sentidos.”⁵

Desta forma, o cinema digital parece o caminho aberto, o presente e o futuro. É o sentido disponível, que fomenta a vontade de utilizá-lo em todas as suas possibilidades.

Produção

A realização cinematográfica digital começou como um movimento de base entre aspirantes a cineastas, lutando contra a predominância da estética hollywoodiana. Com menos recursos, realizadores do mundo todo começaram a utilizar equipamentos de vídeo para a captação de imagens, expressando assim suas aspirações, sua realidade e suas diversidades.

Este movimento atraiu muitos adeptos, e não

ficou restrito aos iniciantes. Os grandes estúdios de produção também aderiram aos novos equipamentos. Um dos exemplos é a Sony Pictures (que pertence a um fabricante de equipamento digital).

Em 2000, como uma das primeiras incursões de uma grande empresa no novo cenário digital do cinema, a empresa produziu o filme *Time Code 2000*, trabalho do diretor Mike Figgs, o mesmo de *Despedida em Las Vegas* (*Leaving Las Vegas*, 1995), com quatro câmeras digitais e rodado em tempo real, ou seja, com um *take* contínuo, sem montagem, com 93 minutos de duração.

Outro diferencial desta produção é que, as imagens das quatro câmeras são exibidas simultaneamente, ou em faixas horizontais com quatro imagens mostradas da esquerda para a direita ou empilhadas duas a duas. Assim, o público monta o filme, transferindo sua atenção de uma imagem para outra.

Segundo o jornal *New York Times*, em matéria publicada no dia 07 de março 2000, muita gente acredita que, tão logo a tecnologia ingresse nesses estúdios, a realização cinematográfica digital terá grande influência no modo como os filmes são feitos e como as pessoas os vêem.

A primeira mudança aparece na realização destes filmes e envolve tempo e dinheiro. O cronograma de trabalho das equipes de produção é mais ágil, em virtude da captação - que se torna muito mais barata por não exigir o negativo cinematográfico - e da finalização digital - que elimina processos lentos de revelação e montagem.

Segundo Figgs, com a tecnologia digital, ele precisará de apenas quatro a seis semanas para o trabalho de pós-produção, em vez dos comuns sete meses gastos nas produções convencionais.

Além disso, a qualidade da imagem captada pela câmera digital já ganha o mesmo status da película 35mm. A Sony lançou uma câmera digital de alta definição, capaz de capturar imagens a 24 quadros por segundo - a mesma velocidade da câmera tradicional.

As primeiras seis câmeras, desenvolvidas juntamente com a PanaVision, foram utilizadas nas filmagens do *Episódio 2* de "Guerra nas Estrelas", que George Lucas começou a rodar em agosto de 2000.

O Brasil vem demonstrando sua capacidade de adaptação às novas tecnologias. Muitos dos filmes nacionais lançados nos últimos anos utilizam a captação e finalização digital. Um dos pioneiros foi Eduardo Coutinho e o seu documentário *Santo Forte*, produzido em 1999.

Exibição

O futuro do cinema ainda reserva mais uma novidade: a conversão para sistemas de projeção digital. Um único projetor seria capaz de exibir um filme em mais de 34 mil telas só nos EUA. A implantação deste sistema esbarra em uma ardorosa discussão entre os donos de cinemas e os estúdios sobre quem serão os responsáveis pelos custos da implantação deste novo modelo. Enquanto isso, até mesmo o diretor Mike Figgs terá que transferir o seu vídeo tape digital para o velho filme, para que possa ser projetado pelos aparelhos em uso nos cinemas.

No entanto, o dia 06 de junho de 2000 ficou marcado como a primeira transmissão digital pela Internet⁶. O filme transmitido foi a animação *Titan*, dirigida por Don Bluth e Gary Goldman. Empregando-se tecnologia da empresa Cisco, os técnicos responsáveis fizeram a transmissão, por meio de rede de fibra ótica, do CyberCenter (da Qwest Communications International), em Los Angeles, para um cinema em Atlanta. A operação durou duas horas, um terço a mais do tempo de duração do filme, que tem 80 minutos. O arquivo de 42 gigabytes, utilizado para a recepção, corresponde a 20 mil vezes o tamanho de um arquivo em MP3.

Depois deste evento, muita coisa já aconteceu, inclusive no Brasil. O New York City Center, no Rio de Janeiro, foi o primeiro complexo de exibição a funcionar com um sistema de exibição digital, em 14 de dezembro de 2001⁷. A cadeia exibidora UCI e a empresa de produção e finalização de imagens TeleImage investiram algo em torno de R\$ 300 mil para a instalação do equipamento. Na sequência, outra sala foi aberta no complexo UCI do shopping Jardim Sul, também no Rio de Janeiro.

A TeleImage anunciou que até 2003 fará um investimento de US\$5 milhões para ampliar sua rede e montar 25 novas salas digitais, em várias cidades do país, entre elas Brasília e Campinas⁸.

O primeiro filme brasileiro a se valer desta tecnologia na hora da exibição foi *Abril Despedaçado* (Walter Salles, 2001). Ele foi projetado na sala da UCI Jardim Sul (RJ), a partir de 10 de maio de 2002. O longa-metragem, filmado e finalizado em película 35mm, foi digitalizado e armazenado em *hard-disk* para esta projeção.

Distribuição

O cinema também começa a explorar novas tecnologias na etapa de distribuição. Muitas novidades e ofertas começam a surgir através de uma melhor qualidade dos serviços de transmissão de imagens via Internet. É certo

que assistir a um filme na tela do computador ainda não é uma experiência muito agradável. Mas todo começo é assim. Como bem escreveu a jornalista Maria Ercília, da Folha de São Paulo, “o primeiro filme a passar no cinema mostrava apenas um trem. Nada mais chato. Mas as pessoas se emocionavam, pois era a primeira vez que viam a projeção de uma imagem em movimento”. O mesmo está acontecendo com a nova possibilidade de unir cinema e Internet.

Marshall McLuhan (1964) já defendia a idéia de que a evolução das tecnologias de comunicação sempre foi marcada pela relação entre os meios.

...O cinema incorporou o romance, o jornal e o placo – todos de uma vez. E a televisão conquistou o cinema, devolvendo ao público o teatro de arena... O que estou querendo dizer é que os meios, como extensões de nossos sentidos, estabelecem novos índices relacionais, não apenas entre nossos sentidos particulares, como também entre si, na medida em que se inter-relacionam.⁹

Neste caso, o cinema se apropria da pequena tela do computador, a fim de ganhar um novo espaço de projeção. Sites que reúnem produções independentes de curtas e longas-metragens abriram o caminho, e agora começam a surgir “festivais” de cinema comercial na Internet.

O principal deles é o Yahoo Online Festival¹⁰, que já começou na Internet e promove hoje uma festa nada virtual num hotel em Los Angeles. No endereço eletrônico, os visitantes podem votar no melhor curta e no melhor curta de animação, entre 24 filmes.

Muitos destes filmes saíram de sites de cinema independente como o IFILM¹¹ e o excelente AtomFilms¹². O prêmio para os vencedores do Yahoo Festival: eles serão distribuídos nos sites AtomFilms, IFilm, IMDb e pelo programa Advantage da Amazon. Outros sites de cinema que participam da festa do Yahoo: CinemaNow¹³, Honkworm¹⁴, IMDb¹⁵, HitPlay¹⁶, Mandalay¹⁷, Pop¹⁸ (empresa da Dreamworks) e Sight-Sound¹⁹.

Atrás do Yahoo, virá uma série de festivais de cinema *online*: o Silicon Alley Festival (Nova York), o RSub²⁰, produzido pelo estúdio Razorfish e o CinemaLounge, o único exclusivamente em banda larga.

O Festival Brasileiro de Cinema na Internet já está na sua segunda edição. Em 2001, 208 trabalhos foram inscritos. 30 deles foram exibidos²¹. O funciona-

mento é simples: os filmes ficam disponíveis no site da com-petição²². Os internautas votam paralelamente a um júri oficial formado por realizadores e críticos.

Entre os inscritos, figuraram nomes conhecidos como os de Jorge Furtado (*O Sanduíche*), Éder Santos (*Projeto Apollo*) e um projeto feito a 22 mãos, que inclui Tata Amaral e Kiko Goifman.

Em matéria publicada na Folha de S. Paulo, a curadora do Festival, Francesca Azzi, emitiu sua opinião sobre o novo meio de distribuição - “a internet é um espaço potencial para o desenvolvimento de novas linguagens audiovisuais.

Queremos estimular essa idéia. Mas também queremos usar a rede como espaço de acesso ao audiovisual brasileiro, que tem exibição restrita a festivais e salas especiais”.

A produção digital também garantiu espaços para Mostras e Festivais reais, não virtuais, dedicados ao melhor do cinema digital. O Festival Internacional de Cinema Digital é um deles. O evento, é itinerante e passa por San Francisco, Chicago, Los Angeles, Londres, Seul, Tóquio, Nova York, Seattle, Osaka, São Paulo e Rio de Janeiro²³. A proposta é reunir filmes premiados produzidos com tecnologia digital.

O programa inclui longas, curtas, videocliques, filmes de animação e debates sobre a produção cinematográfica. Entre os destaques do evento de 2001, estavam *Waking Life*, animação de Richard Linklater com Ethan Hawke, já exibido no circuito comercial brasileiro.

Em 2001, cinco dos principais estúdios de Hollywood (Sony - dona da Columbia Pictures -, MGM, Paramount, Universal e Warner Brothers) anunciaram uma iniciativa conjunta para criar um sistema online de vídeo *pay-per-view* (em que o usuário paga por filme visto)²⁴. Com o novo sistema, eles esperam impedir a pirataria.

A idéia é que usuários de computador naveguem por uma lista de filmes ofertados. Por US\$4, o internauta faz o *download* do título escolhido. A expectativa é que, dependendo da velocidade de transmissão do computador, os *downloads* podem levar de 40 minutos a quatro horas.

O filme baixado da rede fica armazenado no disco rígido do computador por até 30 dias. Porém, uma vez que o arquivo for aberto e visualizado, ele desaparecerá em 24 horas.

Na distribuição para as salas de cinema, a tecnologia digital pode gerar uma economia de até 80 %, beneficiando cinematografias com menos recursos.

Isto porque o transporte das cópias, que pesam em torno de 25 quilos, seria eliminado. O filme seria enviado em um DVD ou por satélite.

Reflexão

A revolução digital no cinema está sendo impulsionada pela convergência de várias tecnologias: câmeras de vídeo digital relativamente baratas, projetores digitais que dispensam o filme, e a maior capacidade da Internet de transmitir sons e imagens digitalizadas para salas *multiplex* e telas de computador, sem depender dos caros serviços de produção e distribuição de um estúdio.

O fator econômico também é decisivo para o avanço destas mudanças. Câmeras digitais custam uma fração do preço das câmeras de cinema e seus preços vão cair ainda mais. Novos *softwares* permitem que a montagem de um filme possa ser feita em um computador caseiro. Os gastos de tempo e dinheiro com a revelação do negativo não serão necessários, assim como os rolos de celulóide. Em vez de pagar centenas de milhares de dólares para fazer cópias de um filme, os produtores poderão fazer quantas cópias forem necessárias, simplesmente com um clique do mouse.

Outro fator de destaque é a qualidade da cópia feita a partir do original. No cinema digital, a primeira e a última cópia de um filme tem a mesma qualidade. Estas cópias são mais práticas, pois podem ser armazenadas em um DVD ou diretamente em um disco rígido. Diferente das latas de filme em 35mm, que exigem conservação adequada (temperatura estável, livre de umidade e do calor da luz), a cópia digital não se desgasta com o passar do tempo.

A massa sai de espectadora e passa a ser produtora. Esta facilidade no manuseio da tecnologia contribui para o aprimoramento do setor. Afinal, quanto mais filmes forem feitos, ainda que de modo amador, mais chances temos de conhecer novos talentos cinematográficos. O exercício e a experiência são necessários para o aprimoramento nas artes. No cinema de película isto não era fácil, em virtude dos altos custos envolvidos.

Os profissionais independentes ganham forças em um mercado onde alternativas estão disponíveis: divulgação através de sites oficiais das produções ou sites temáticos, participação em festivais *on-line*, acesso a informações sobre outras produções e mercados internacionais.

A indústria consolidada, não os independentes, também lucra com a tecnologia digital: barateamento dos custos, descoberta e acompanhamento de novos merca-

dos e públicos, sem falar nos diferenciais provocados pelas finalizações digitais e produção de efeitos especiais, são alguns dos pontos positivos já percebidos pelas grandes corporações.

Não podemos desprezar o fato de que estas mudanças não são apenas na técnica, mas também no próprio cinema. Edmund Carpenter (1971) destaca o papel do meio na transmissão das mensagens.

... cada canal de comunicação codifica a realidade de diferentemente e assim influencia, num grau surpreendente, o conteúdo da mensagem comunicada. Um meio não é simplesmente um envelope que transporta qualquer carta; ele próprio constitui uma parte importante dessa mensagem.²⁵

Carpenter (1971) costumava diferenciar o cinema da televisão justamente pela proporção da tela e sua adequação para a linguagem das imagens.

Cada meio de comunicação seleciona as suas idéias. A TV é uma minúscula caixa em que as pessoas se acotovelam e têm de viver conglomeradas; o cinema dá-nos o grande mundo. Com sua gigantesca tela, o filme está perfeitamente adequado para o drama social, as visões da Guerra Civil, o mar, a erosão terrestre, as supermontagens espetaculares de Cecil B. DeMille. Em contraste, a tela da TV tem lugar para dois, no máximo três rostos, confortavelmente.²⁶

Agora, com a possibilidade de redução da tela de cinema, para onde vai a grandiosidade fílmica? Talvez uma das respostas seja o deslocamento do “grande mundo” visto através da tela de projeção de cinema, para o “mundo grande”, tomado pela democratização deste aparato tecnológico. Como a imagem na pequena tela não comporta uma grande riqueza visual, talvez ela traga uma grande riqueza cultural, possibilitando a diversidade.

Notas

* Produtora e distribuidora de audiovisuais. Mestranda em Comunicação Social pela FAMECOS/ PUCRS.

1 McLuhan, Marshall. *Os Meios de Comunicação Como Exten-*

- sões do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.
- 2 Morin, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX*. Rio de Janeiro: Universitária Forense, 1997.
 - 3 McLuhan, Marshall. *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1964. p. 14
 - 4 McLuhan, *op. cit.* p. 65.
 - 5 McLuhan, *op. cit.* p. 88.
 - 6 Revista *Jornal do Vídeo*. Julho/2000
 - 7 Jornal *Folha de S. Paulo*. 14/12/2001
 - 8 Jornal *Folha de S. Paulo*. 15/05/2002.
 - 9 Marshall, McLuhan. *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. 1964, p. 78
 - 10 www.movies.yahoo.com/onlinefilmfestival
 - 11 www.ifilm.com
 - 12 www.atomfilms.com
 - 13 www.cinemanow.com
 - 14 www.honkworm.com
 - 15 www.imdb.com
 - 16 www.hitplay.com
 - 17 www.mandalay.com
 - 18 www.pop.com
 - 19 www.sighsound.com
 - 20 www.rsub.com
 - 21 Jornal *Folha de S. Paulo*. 23/11/2001.
 - 22 www.brasildigital.org
 - 23 Jornal *Folha de S. Paulo*. 07/12/2001.
 - 24 Jornal *Folha de S. Paulo*. 18/08/2001.
 - 25 Carpenter, Edmund. "As Novas Linguagens". In: *Revolução na Comunicação*. P. 213
 - 26 Carpenter, *op. cit.* p. 203

Referências

Arantes, Silvana. In: *Folha de S. Paulo*, 23/11/2001, caderno *Ilustrada*, pg. E14

Bahiana, Ana Maria. *Conteúdo de Alta Definição*. In: Revista *Bravo*, junho/2000.

Carpenter, Edmund e McLuhan, Marshall (org). *Revolução na Comunicação*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971.

Ercília, Maria. *As menores superproduções do mundo*. In: *Folha de S. Paulo*, 11/02/2000, Caderno *Ilustrada*, pg. 5

_____, Maria. *Cannes, Sundance, Yahoo*. In: *Folha de S. Paulo*, 24/03/2000.

Kaufman, Anthony. Revista *IndieWire*, Entrevista com o diretor Mike Figgis, traduzida por Francesca Azzi, 2000. www.indiwire.com.

McLuhan, Marshall. *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.

_____. *Media Research – Technology, Art, Communication*. Canadá: G+B Arts International, 1997.

Morin, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

"Hollywood vai alugar filmes pela Internet". In: *Folha de S. Paulo*, 18/08/2001, pg. A12.

Painel. In: *Folha de S. Paulo*, 15/05/2002, Dinheiro, pg. B2 "O primeiro filme transmitido digitalmente pela Internet". In: Revista *Jornal do Vídeo*, julho de 2000, pg. 06.

Revista *Bravo*, edição de julho/2000, páginas 54 a 58. "Rio Inaugura hoje primeira sala digital do país". In: *Folha de S. Paulo*, 14/12/2001, Caderno *Ilustrada*, Página E3

"São Paulo recebe Festival Digital pela Primeira Vez". In: *Folha de S. Paulo*, 07/12/2001. *Revista da Folha*, pg. 23