

# Virtualidades, cinema e cultura pós-moderna

Por Francisco Eduardo Menezes Martins\*

O vínculo que se estabelece entre a sétima arte e as alianças sociais a partir de estilos e modelos de cenas e personagens seria a condição para uma aproximação compreensiva dos espaços híbridos ou "glocais" onde se faz fluir a estética do experimentar junto, conceito do sociólogo francês Michel Maffesoli, que busca a forma ou o contorno do espírito de nosso tempo.

Desde que os anos 60 passaram a ser o grau zero da liberdade, da música e do comportamento, o cinema se tornou novo cinema. Deste ninho nasceram novos filmes, novos diretores e novas estrelas que se dirigiam a um novo público. Tudo novo? aparentemente, sim, porque reciclar se converte no inédito e simular, no criar.

Desta forma, o novo é um conceito marketeiro, baseado no moderno, mas que expande sua órbita devido às circunstâncias pós-modernas da não contradição e da livre circulação transestética da arte, ou seja, qualquer produto auto-promovido como *cultmovie*, realmente se torna um filme de culto. Porém, se a banalização e o consumo se tornam conceitos, o culto será banal e o filme será o que menos importa. Isso mesmo. O filme é atmosfera para realiaças. Adaptações de séries da tv, como *perdidos no espaço*, ou o *remake* de filmes que viraram clássicos pelo discursos da mídia, revelam o estado virtual do cinema atual. Pensar em novos cinemas me leva a questionar que um filme deixou de apenas sê-lo ao se expandir nos produtos paralelos e na mídia de apoio. Já não há filme sem *making of*, sem rituais de fãs, sem capas de revistas de variedades, sem entrevistas sobre a vida íntima e os planos futuros das estrelas, sem trezentas críticas positivas ou negativas, não importa. O que vale é o valor da circulação. Neste contexto surgiram bons filmes, mas o lixo é

maioria. Não vou fazer meu ranking pessoal, mas deixo ao leitor, em seu pensamento, que dê seu veredito sobre a diferença entre um bom filme e um filme bem promovido. Não resisto. Qual é a diferença entre um Spielberg e um Wenders, entre um Titanic e um menos badalado? Ora, se os critérios do gosto são a experiência coletiva, logo a diferença está na órbita de circulação do discurso. O melhor é o que melhor circula, em razão de serem também os pontos específicos dotados de legitimidade cultural aqueles que dão o grau e o status da produção. Neste ponto: mais dinheiro, mais tecnologia, mais críticas, mais making of, mais capas de revistas e "segundos cadernos", dependendo da griffe destes meios, maior será a difusão e o consumo do filme e de seus satélites "consumíveis." O cinema na era do virtual é também a crise das representações analógicas frente à imagem numérica e as simulações. A referência no negativo, característica analógica, se perde no digital. Como considera Baudrillard, em razão do digital não possuir negativo, ele tampouco possui negatividade.

Atrás deste jogo de palavras se esconde o segredo do cinema do virtual: a arte em estado de marketing sem restrições nem contradições que determina o estrelado de figuras banais e de filmes fracos, porém bem promovidos. Como pensava Nietzsche em relação à vida, eu desloco para os novos cinemas: Se o cinema era isso, pois que volte a começar, já que os finais são mera ilusão de final e o início, apenas aparência de novidade. Na era atual, a do virtual, o retorno em simulacro é o aparentemente novo no jogo de máscaras da cultura pós-moderna.

---

\* Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade Complutense de Madri e Vice-Diretor da FAMECOS - PUCRS