

O CINEMA NA CIDADE: CENTRALIDADE E PROXIMIDADE¹

LAURENT CRETON

TRADUZIDO DO FRANCÊS POR CARMEM CACCIACARRO

RESUMO

O artigo discute a condição e o papel da sala de cinema na vida urbana a partir do caso francês. Analisa-se a evolução do parque de salas de cinema na França em termos de frequência, localização e tipo, examinando-se a interação das lógicas de mercado, das estratégias dos grupos cinematográficos e das políticas públicas nesse âmbito. Por fim, o autor traça algumas perspectivas sobre o lugar que a sala de cinema poderá ocupar na cidade do futuro.

PALAVRAS-CHAVE: *salas de cinema, metrópoles, práticas socioculturais; França.*

SUMMARY

This article discusses the condition and the role of the movie theater in urban life from the standpoint of the French case. It analyzes the evolution of movie theaters circuit in France in terms of frequentation, localization and type, examining the interaction among market logics, strategies of the films groups and public policies in this sphere. Finally, the author sketches some perspectives about the place that the movie theater can take in the future city.

KEYWORDS: *movie theaters; metropolises; socio-cultural practices; France.*

[1] Texto apresentado no colóquio "Imagens da metrópole na França e no Brasil: representações modernas e contemporâneas", realizado em setembro de 2004 no âmbito do convênio Centro de Estudos da Metrópole/ECA-USP/Universidade de Paris III.

Pensar a relação entre o cinema e a metrópole leva naturalmente a apreendê-la por meio dos filmes e da representação que eles propõem acerca dos grandes centros urbanos. Podemos também atentar, segundo uma outra perspectiva, para a forma como as salas de cinema participam da construção da cidade. Consideradas essencialmente em função do seu papel econômico, por meio das crescentes receitas auferidas pelo setor cinematográfico, apenas mais recentemente, e em certos países, essas salas passaram a ser plenamente reconhecidas por seu papel na vida urbana como equipamento cultural e elemento de organização espacial.

As salas de cinema são de fato um atributo essencial da modernidade, particularmente do mundo urbano contemporâneo, tanto no seu centro como na sua periferia e nas diferentes formas que a metrópole pode assumir. Ao serem implantadas, elas devem se inserir em uma paisagem urbana preexistente, mas em compensação a modelam, participando da construção do espaço público. A cartografia das salas e as práticas que lhes são associadas se inscrevem nos processos complexos por meio dos quais pode ser forjada uma representação do que é a cidade para aqueles que nela vivem ou que por ela passam — a cidade ao mesmo tempo como *locus* e como topografia imaginária.

Essa outra representação da metrópole pelo cinema leva em conta a arquitetura, o urbanismo, as práticas culturais, os usos sociais, as estratégias dos agentes privados, as políticas públicas adotadas pelos diversos níveis de governo — todo um jogo de interações que é preciso tentar apreender. Trata-se assim de um tema muito vasto, que requer a mobilização de diversas disciplinas, a adoção de uma perspectiva histórica e o recurso a comparações internacionais. Neste artigo nos limitaremos à análise do caso francês, baseando-nos principalmente no exame da evolução do parque de salas de cinema no país em termos de localização e de tipo de equipamento: salas tradicionais, salas de arte, complexos multissalas e cinemas multiplex. Será de particular interesse a interação das lógicas de mercado, das estratégias dos grupos cinematográficos e das políticas públicas nesse âmbito. A intenção é examinar o lugar que a sala de cinema ocupa na vida urbana, interrogar sobre a sua condição e traçar algumas perspectivas acerca do futuro do "teatro cinematográfico" e das práticas sociais e culturais a ele relacionadas.

Para tal abordagem serão mobilizadas as noções de centralidade e proximidade, que possuem três características comuns: são encontradas em vários discursos e debates sobre o cinema e as salas; são vagas, polissêmicas e definitivamente ambíguas; por fim, são ambas utilizadas nos discursos de teor nostálgico que evocam ou fazem supor uma época de ouro — de um lado, os tempos felizes em que o cinema era o centro do mundo, arte popular brilhando em todo o seu resplendor e acolhendo em suas salas toda a sociedade; de outro, os tempos abençoados em que a proximidade era uma evidência da vida social, notadamente na cidade, e um componente essencial da urbanidade, na dupla acepção do termo. Ambas no entanto têm uma existência no mínimo incerta fora do imaginário e, assim, uma forma complacente de representar o passado. Apesar de tudo isso, essas duas noções muito equívocas são aqui utilizadas em razão das virtudes heurísticas que podem ter no âmbito do questionamento que se coloca, mostrando-se igualmente úteis para contribuir com o reenquadramento de certos debates contemporâneos sobre a sala de cinema e para nutrir as reflexões sobre a cidade com os subsídios da história econômica.

A frequência é uma variável-chave do mundo cinematográfico: é com base no número de ingressos que se avaliam o desempenho dos filmes e a saúde do setor. O volume de negócios de toda a cadeia cinematográfica depende diretamente dessa frequência, e é o interesse pelo cinema que tentamos apreender ao examinar suas evoluções.

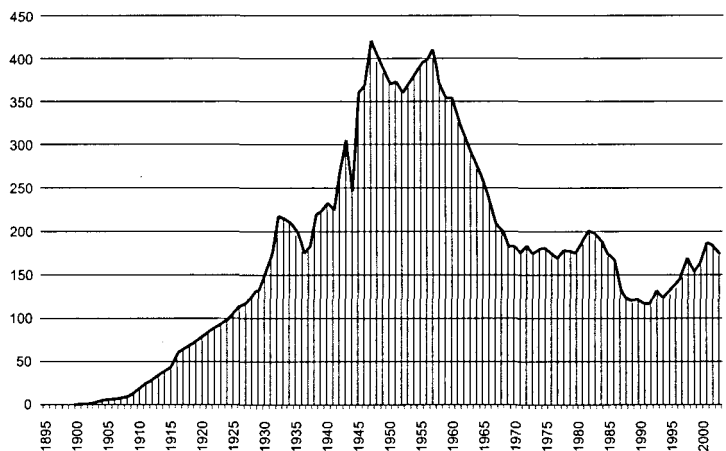
Como mostra o gráfico abaixo, a partir da metade do século XX a frequência aos cinemas caiu pesadamente na França. Após um pico de 411 milhões de ingressos em 1957 ela sofreu uma queda brutal, perdendo a metade dessa cifra numa dezena de anos. Na década de 1970 esboçou-se um patamar em torno de 180 milhões, e o efêmero crescimento do início dos anos 1980 não fez mais que preceder uma nova e profunda queda: de 202 milhões para 116 milhões de ingressos entre 1982 e 1992. Prevaleceu o pessimismo no período dessa baixa histórica, mas os anos seguintes mostraram que era possível uma retomada: os investimentos na modernização das formas de exploração e divulgação dos filmes conjugaram-se com o revivescimento do interesse do público pelo entretenimento cinematográfico².

[2] Note-se que esses ciclos longos são comuns à maioria dos países ocidentais. A frequência nos Estados Unidos, por exemplo, atingia mais de 4,5 bilhões de ingressos no final dos anos 1940 e caiu para menos de um bilhão antes de aumentar para 1,5 bilhão na virada dos anos 2000.

Evolução da frequência cinematográfica (em milhões de ingressos)

França

1895-2000



[3] Essas estatísticas estão disponíveis na França, mas raramente em outros países. Essa exceção se deve às estatísticas do Centre National de la Cinématographie (CNC) desde 1946, ao controle de bilheteria sob a Ocupação e às estatísticas da administração fiscal para o período anterior. Ressalte-se que essas cifras contabilizam apenas os ingressos pagos, excluindo formas como cineclubes, associações etc. — a abordagem econômica baseia-se num certo recorte do real, de modo que facilmente corre risco de reducionismos.

[4] De maneira mais poética, pensamos nas "ondas" de Burt Max: a teoria dos ciclos das ciências econômicas encontra assim novas e promissoras perspectivas ao lado da estética.

O estudo da frequência aos cinemas entre o final do século XIX e os nossos dias contribui para a compreensão da evolução do parque de salas e das estratégias dos atores para antecipar uma tendência do mercado ou enfrentar uma queda de frequência³. A análise da curva do gráfico permite apreender historicamente a centralidade do cinema conforme a importância que lhe é dada como prática cultural. A curva tem forma de sino, o que evoca uma curva de ciclo de vida⁴. Se nos recolocarmos em 1992, compreenderemos melhor a representação que provavelmente prevalecia entre os profissionais do cinema quanto ao

futuro das salas após vários anos de declínio: extrapolando a tendência, poderíamos efetivamente concluir que o cinema — ao menos o cinema nas salas — nascera com o século XX e com ele morreria. Tendo em conta a longa escala de tempo da história, poderíamos então pensar que o "teatro cinematográfico" não passaria de uma espécie de parênteses com um século de duração, que se abrisse com as tradições das artes do espetáculo e se fechasse com os ulteriores avanços no domínio audiovisual.

Para se transformar em espetáculo, uma fita de nitrato ou de acetato de celulose necessita imperativamente da sala, local mágico onde, num jogo de luzes e sombras, pode nascer o sonho. Em seus primeiros tempos o cinematógrafo utilizou locais de exibição não específicos: foi colocado ao lado das atrações existentes. Houve um intervalo de cerca de uma década entre a invenção do cinematógrafo e o desenvolvimento de um parque de salas de cinema. Durante esse período ele encontrou seu lugar em locais preexistentes e polivalentes e geralmente de modo nômade: cafés, cafés-concerto, restaurantes, *music-halls*, salas municipais, salas de aula, barracas de feira e até mesmo lojas⁵. Cabe destacar a importância das feiras, cuja atividade era muito vigorosa na França, notadamente na província: essas grandes manifestações se instalavam na periferia das cidades durante várias semanas, e as barracas podiam comportar até trezentos lugares.

O público era essencialmente plebeu, e um dos objetivos essenciais das *majors* da época (notadamente Pathé e Gaumont) foi retirar do cinema esse estigma sociocultural, conferir-lhe maior valorização e conquistar um público burguês com um poder aquisitivo cada vez maior. A política das salas era complementar àquela em prol dos "filmes de arte". Era preciso conquistar o centro da cidade como lugar da centralidade política, social e cultural e construir grandes salas de cinema, tão luxuosas e prestigiosas quanto as grandes salas de teatro, concerto e ópera — monumentos à glória do cinema nascente.

Com sua atratividade rapidamente reconhecida, o setor cinematográfico experimenta a partir de 1906 uma expansão e uma institucionalização que se traduzem pela construção de inúmeros "teatros cinematográficos". Para tanto as *majors* se lançaram a uma política altamente ambiciosa e fizeram investimentos pesados em verdadeiros palácios, apostando audaciosamente no futuro do cinema. No fundo, esses pioneiros capitães da indústria inscreveram na cidade e em seu coração a existência do cinema como grande espetáculo destinado a atrair todos os públicos — o que à época ainda estava por se confirmar.

Esses enormes investimentos resultaram em algumas construções monumentais, sobretudo em Paris — notadamente a sala Omnia Pathé, inaugurada em 1907 no boulevard Montmartre⁶, e o Gaumont Palace, instalado na praça Clichy em 1911, que por muito tempo foi o maior cinema do mundo (com 3.500 poltronas, mas pode acolher 5.500

[5] Destaque-se a Dufayel, uma grande loja de Paris que desde 1897 exibia espetáculos cinematográficos gratuitos para chamar a clientela, atraindo adultos e crianças.

[6] O primeiro Omnia Pathé, instalado no nº 5 do boulevard Montmartre, foi inaugurado em 14 de dezembro de 1906. Seguiram-se o Omnia Pathé Victor Cousin, próximo à Sorbonne, e o Mile Colonne, num bairro rico em teatros e *music-halls*.

espectadores se considerarmos a galeria e os lugares em pé). Também foram abertas salas nos bairros mais populares da capital, com arquitetura adaptada à localidade e ao público correspondentes, bem como nas grandes e médias cidades, mas raramente nas pequenas. Ao cabo de alguns anos, aquilo que era somente uma rede de difusão se tornou definitivamente uma instituição, uma atividade cultural preponderante por sua audiência e um lugar simbólico da vida em sociedade.

Nos anos 1930, a chegada do som e do cinema falado exigiu que se investisse na modernização das salas⁷. O endividamento, contudo, foi tão pesado quanto o investimento, levando à falência diversas empresas, inclusive a Pathé e a Gaumont. Apesar dessa crise, após a Ocupação a frequência cinematográfica experimentou uma grande ascensão, ultrapassando os 350 milhões de ingressos entre 1945 e 1960⁸. Esse período se configurará como a era de ouro do cinema, tornando-se uma referência mítica tanto para os profissionais quanto para os críticos de cinema. Corresponde à Libertação e à reconstrução do país, antes que a sociedade de consumo trouxesse profundas transformações nos modos de vida⁹. Um tal nível de frequência torna plausível a tese do cinema como "arte popular", imbuída de centralidade em termos de prática cultural — uma centralidade cultural que vem ao encontro de um movimento apaixonado de críticos e teóricos que lograram conferir ao cinema um *status* particularmente valorizado, sobretudo em certos países. Note-se porém que se trata de uma prática eminentemente urbana, que exclui em larga medida o mundo rural e os pequenos vilarejos.

Nos anos 1960 há uma brutal queda de frequência, e inúmeras salas são fechadas — passa-se dos "cinemas de bairro" aos "bairros de cinemas". Durante os anos 1970 os proprietários de salas reagiram a esse declínio reorganizando-as sob a forma de complexos multissalas: de uma grande sala faziam-se três ou quatro, com telas bem menores. Generalizou-se então um processo de racionalização funcional que consistia em colocar o máximo de assentos possível em salas de porte muito pequeno, aproximar as poltronas da tela, livrar-se dos vestígios do palco italiano, reduzir o espaço consagrado à recepção, suprimir a primeira parte do programa, bem como o entreato, aumentar o número de sessões por dia, comprimir os custos — no fundo, uma estratégia estritamente administrativa e com forte traço comercializante, voltada fundamentalmente a restabelecer o equilíbrio financeiro dos estabelecimentos. Esse processo estava em consonância com um urbanismo e uma arquitetura marcados pelo funcionalismo: em face da industrialização e da pressão demográfica nos grandes aglomerados urbanos, racionalizavam-se os espaços, implantavam-se zoneamentos e erguiam-se cubos de concreto, que podiam ser encontrados tanto nos grandes conjuntos habitacionais periurbanos como nas construções arquitetônicas ditas de vanguarda.

[7] Foi emblemático da ambição arquitetônica e das apostas financeiras da época o Rex, criado por Jacques Haïk em 1932. Primeira sala climatizada da França, compreendia de início 3.300 lugares e dispunha de um verdadeiro palco, com inúmeros recursos técnicos.

[8] A média de frequência anual ao longo do século XX foi de 182 milhões de ingressos.

[9] Acrescente-se que nesse contexto aumentam e se diversificam as práticas de lazer, em que o automóvel tem importância cada vez maior (cf. Bonnell, René. *Le cinéma exploité*. Paris: Seuil, 1978).

No entanto, essa política funcionalista dos agentes cinematográficos ficou longe de ser bem-sucedida: não só a frequência continuou a cair como o cinema em salas perdeu sua aura e sua atratividade como espetáculo e como entretenimento. A confirmação dessa tendência parece indicar uma inevitável decadência do cinema em salas, enquanto as práticas audiovisuais em domicílio não param de crescer. Desde os anos 1980 as despesas familiares com programas audiovisuais vêm crescendo 10% ao ano em volume, e passaram de um bilhão de euros em 1980 para 7,6 bilhões em 2003. O cinema, que em 1980 representava a metade dessas despesas (a outra metade correspondendo à televisão), não representa mais que 13% em nossos dias — não tanto em razão da queda da frequência, mas essencialmente em virtude do extraordinário crescimento das despesas domésticas com vídeo e canais de TV pagos.

Com efeito, no correr das últimas décadas assistimos a uma crescente dissociação da relação biunívoca original entre o filme e a sala de cinema. Essa relação se decompôs cada vez mais em proveito de um sistema econômico compósito, baseado na multivalorização do filme em diversos suportes e numa dinâmica de concorrência/cooperação entre o mercado da sala de cinema e uma série de outros mercados que se tornaram amplamente predominantes em volume de negócios. Nunca o cinema em salas representou uma parcela tão fraca do conjunto das práticas audiovisuais como agora. Na virada dos anos 2000 o tempo passado pelos franceses a assistir aos filmes de cinema se distribuía em 4% nas salas e 96% diante de uma tela pequena¹⁰, numa relação portanto de 24 vezes em favor desta última¹¹.

A partir dos anos 1980 a sala de cinema passou a se definir cada vez mais em torno de um novo papel: o de vitrine para lançamentos promocionais indispensáveis ao estabelecimento da notoriedade dos filmes em vista de uma rentabilidade ulterior¹². Assim, o cinema tem cada vez mais um *status* de produto de apelo, e a sala uma vocação de dispositivo promocional para uma valorização comercial que se realiza essencialmente por meio de outros suportes. A força de atração que ele mantém explica os interesses que suscita ao gerar uma valorização de mercado associada e transposta.

Tal evolução pode ser pensada como uma simples associação de canais de distribuição suplementares. Mas pode-se também considerar que esse sistema de difusão é de uma natureza tal que fundamentalmente recoloca em discussão a estrutura do setor ao redefinir todas as relações entre produção, distribuição e exploração cinematográficas. Tanto o filme quanto a sala de cinema se tornam os elementos de um sistema integrado de comercialização. Em suas diversas modalidades de difusão, o filme e os produtos a ele associados formam uma gama estruturada de modo a rentabilizar um conceito matricial de mercado ampliado. A sala se integra a um complexo de mercado que funciona à base de uma sutil combinação

[10] No mesmo momento, 97% dos lares franceses eram equipados com televisores e 78% com videocassetes. Os hábitos de assistir filmes em casa e no cinema não estão porém em oposição sistemática, já que as práticas culturais são amplamente cumulativas.

[11] Cem vezes mais se considerarmos toda a ficção, incluindo séries e telefilmes, e 250 vezes mais se levarmos em conta a totalidade do tempo passado diante da TV. Tais comparações são algo sensacionalistas por se referirem a hábitos muito diferentes, mas podem contribuir para a reflexão sobre a evolução do lugar do cinema e das salas na cidade.

[12] Ressalte-se que na França a regulamentação em torno da cronologia das mídias desempenha um papel determinante nessa economia, visando que o filme de cinema seja valorizado progressivamente e de forma coordenada em relação aos outros mercados.

de ofertas em estabelecimentos comerciais e de serviços (estratégias de *cross selling*).

Quando o jogo parecia perdido, a frequência voltou a crescer a partir de 1993. São vários os fatores desse fenômeno. Um deles, que está longe de ser o único, diz respeito à modernização das salas e a um particular esforço para revalorizar o entretenimento e o espetáculo nas salas de cinema. A estratégia se baseou essencialmente numa busca de diferenciação que pode ser ilustrada pela fórmula promocional utilizada à época: "O cinema nas salas é mais grandioso!".

OS DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS DA MODERNIZAÇÃO DAS SALAS

Nos anos 1990 os empreendimentos cinematográficos franceses buscaram vencer o desafio posto pela ampliação das práticas audiovisuais mediante a reafirmação de uma identidade específica e a modernização das salas, investindo em qualidade técnica de som e imagem e em melhorias no conforto e nos serviços oferecidos aos espectadores. No âmbito desse movimento geral de modernização afirma-se e em seguida se impõe uma nova geração de estabelecimentos, cuja implantação leva em conta as mudanças dos modos de vida e os nichos de clientela. Trata-se das salas multiplex, caracterizadas por um número de telas muito superior ao das multissalas: de dez a 23. Geralmente são instaladas num ponto nodal de circulação, quase sempre centros comerciais periurbanos, a fim de se beneficiar de um amplo nicho de clientela e oferecer-lhe um acesso fácil, numa estratégia baseada em estudos de "geomarketing". Passa-se assim de uma proximidade de vizinhança a uma proximidade de acessibilidade, em que a malha viária e o automóvel desempenham papel determinante.

Inspirando-se em um conceito já aplicado em outros países da Europa e nos Estados Unidos, as salas multiplex valorizam a grande tela, a qualidade técnica da projeção e do som, o conforto, as estruturas da recepção, os serviços associados e fornecimentos comerciais que contribuem para a atratividade e a rentabilidade do espaço (bar, balcão de sortimentos, jogos eletrônicos etc.). Trata-se da última palavra em equipamento cinematográfico no mundo inteiro, de modo que não preciso pormenorizar esse modelo — salvo sublinhar precisamente a sua uniformização, em estreita correspondência com um certo tipo de filme e com um certo tipo de ambiente urbano, geralmente na periferia das cidades.

O cinema multiplex é um equipamento pesado que tem por trás de si um tal nível de investimentos que somente grupos muito poderosos podem financiar. Na França, os grandes circuitos lograram impedir com estratégias ofensivas a implantação dos empreendimentos anglo-saxões que dominam o mercado mundial. Sua expansão, contudo, coloca um recorrente problema de regulamentação da exploração cinematográfica como um todo. Com efeito, esta se baseia numa plura-

lidade de tipos de equipamento e de programações, e a percepção do necessário equilíbrio entre esses componentes sempre se arrisca a ser enviesada pela confusão entre cinema de proximidade e acessibilidade comercial, entre ambição cultural e cacifes socioeconômicos.

Renovação das salas de cinema em face da ascensão das práticas teleaudiovisuais, competitividade internacional das redes, garantia de pluralidade das formas de exploração e diversidade da programação são imperativos que determinam o futuro da malha de salas, cuja ponderação requer capacidade de conciliar exigências muitas vezes contraditórias. A sala de cinema oferece um passatempo, mas também exerce uma missão cultural e uma função de equipamento no quadro da organização do território. Graças a uma política ativa, a manutenção, a modernização e mesmo a criação de salas de cinema nas pequenas e médias cidades são metas perseguidas na França. Em diversos níveis e em poucos anos o panorama da exploração cinematográfica conheceu uma profunda evolução, na qual as estratégias dos diferentes atores foram arbitradas *in fine* por espectadores atraídos por ofertas cada vez mais variadas.

Na França, o primeiro multiplex foi inaugurado em 1993, próximo a Toulon, sob o selo Pathé. Como em inúmeros outros países, esse tipo de equipamento apresentou um acentuado crescimento: atualmente há 120 cinemas multiplex, que no total do país correspondem a 26% das telas (1.350 das 5.200), 5% dos estabelecimentos, 27% das poltronas e 45% dos ingressos. Em razão de seu peso no mercado e do regime de consumo que lhes é associado, os multiplex passaram a constituir uma referência central, obrigando todos os cinemas a se posicionar diante deles: 1.300 salas únicas reúnem 30% das poltronas mas arrecadam somente 10% dos ingressos.

As críticas virulentas que recaíram sobre os cinemas multiplex na França se basearam em quatro argumentos principais: "são os porta-aviões do cinema americano", "são implantados na periferia dos aglomerados urbanos e matam os cinemas do centro, em particular os de arte", "são o apanágio das *majors*, haja vista o porte dos investimentos necessários", "são fatalmente portadores de uma cultura comercialista". O mais cômodo seria concordar com essas críticas, ou mesmo exacerbá-las para verificar até que ponto são fundamentadas, mas a realidade é mais complexa que isso.

De fato, os cinemas multiplex oferecem um terreno privilegiado para os filmes espetaculosos e os sucessos do dia, que se beneficiam de várias telas, mas não se pode dizer que os filmes franceses sejam mais maltratados que os norte-americanos. A questão recai menos sobre a nacionalidade do que sobre a divisão entre filmes com maior ou menor capacidade de aglutinação. Além disso, os equipamentos multiplex não formam um conjunto homogêneo: diferem sensivelmente quanto à programação e às parcelas de mercado e também apresentam diferenças segundo os circuitos e as localizações — central, periurbana ou excên-

trica —, trazendo até mesmo conceitos arquitetônicos distintos. E as *majors* não são as únicas a explorar esse mercado: além da Gaumont, Pathé e UGC, nele encontramos operadoras como CGR, Auber e MK2, bem como algumas "independentes". Para as salas de cinema de arte de Paris e de outras grandes cidades um desafio suplementar vem precisamente do fato de que os cinemas multiplex do centro mantêm uma programação mista, conforme seu público potencial: exibem simultaneamente *blockbusters* e filmes de arte. Isso leva à asfixia da maior parte das salas tradicionais e de arte, a exemplo daquelas do Quartier Latin, que sobrevivem por conta de alguns heróicos aficionados e das subvenções, sem as quais metade das telas francesas poderia desaparecer.

Uma vez que parece irreversível a proliferação dos equipamentos multiplex em suas diferentes versões, resta a possibilidade de adotar medidas no sentido de limitar seus riscos e efeitos negativos. Nessa perspectiva, estudos de caso mostram que existem soluções: a criação de um multiplex pode ser posta a serviço de uma política de organização espacial da periferia urbana; uma municipalidade pode incentivar a instalação de um tipo de multiplex que respeite a arquitetura e o urbanismo da cidade. Enfim, não há fatalidade na supremacia de um modelo sobre outro. Os cinemas tradicionais do centro da cidade estão se modernizando, e ao priorizar as dimensões culturais, artísticas e cidadãs podem encontrar seu lugar e efetivamente concorrer com os cinemas multiplex da periferia.

Para não cair aqui num plácido ecumenismo, é preciso enfatizar que se trata de um combate renhido. Visto que as correlações de força são muito desequilibradas, para que a diversidade seja preservada faz-se necessário implementar políticas de regulação e de proteção. A sobrevivência das salas tradicionais é ademais condicionada pela capacidade de se desenvolver estratégias de diferenciação pertinentes. Elas precisam ao mesmo tempo se renovar, oferecer incentivos e programação de qualidade, saber se comunicar e estabelecer uma política de preços adaptada. Particularmente, devem afirmar uma especificidade que priorize os valores de pluralismo e de proximidade.

A IMPORTÂNCIA DAS POLÍTICAS

O cinema é uma inovação criada e desenvolvida pelo mundo industrial e pelo mundo urbano. A sala de cinema é um local público amplamente aberto, e a esse título um espaço na cidade propício ao desenvolvimento do elo social. O cinema na cidade são as salas e sua arquitetura no espaço urbano, mas também uma cultura na cidade. Dessa forma, nossas interrogações sobre as práticas culturais, a organização territorial e as intervenções públicas remetem à experiência que se pode fazer da cidade como lugar de sociabilidade. Como construímos a sociedade e que sentido lhe conferimos? Como a

implantação, o desaparecimento, a transformação ou o deslocamento das salas participam da construção/desconstrução do espaço urbano e do espaço público?

Ainda que permeada por movimentos contraditórios, a cidade é um dos lugares onde se dá a formação do elo social. Mas o que é feito desse elo social quando as desigualdades se inscrevem de modo tão radical na forma de ocupação dos espaços? A cidade ainda é o lugar de uma experiência comum ou já se tornou de tal modo fragmentada que os grupos sociais fatalmente se fecham numa evitação que seria preferível a uma temida guerrilha urbana? A cidade como espaço que propicia o encontro — o qual também pode se manifestar como confronto —, a cidade em sua função de sociabilidade integradora, é profundamente ameaçada por uma tendência à secessão que se desenvolveu nos últimos anos com a multiplicação de enclaves seletivos em que os privilegiados se isolam do seu entorno. Essa secessão consiste em comportamentos de retraimento numa entidade comunitária e resulta numa involução da mistura social.

Por reunir os mais variados públicos em torno de um objeto aglutinador, a sala de cinema é particularmente tocada por essa problemática. O cinema de proximidade se define tradicionalmente pelo centro da cidade. Ele se traduz por salas instaladas na área central das cidades tradicionais, nos bairros das grandes cidades e nos centros secundários das grandes aglomerações. Mas a proximidade pode também se manifestar como uma nostalgia ou um *slogan* retomado por alguns. Num mundo que vê crescer a concentração urbana e a industrialização de inúmeras atividades, abre-se um mercado promissor: o mercado da proximidade. Mas de que proximidade se trata? Não seria mais uma dessas palavras-valise tão propícias às confusões, às falsas aparências, aos desvios de sentido? Vêm à mente as tantas referências à proximidade que se multiplicam nas sociedades contemporâneas. Mensagens publicitárias e promocionais e discursos políticos frequentemente buscam explorar a necessidade de uma imprecisa proximidade em face de solidão, isolamento, desenraizamento, insignificância, devastação do elo social. A proximidade é um desafio estratégico no seio do espaço urbano: muitos a preconizam, mas com que projeto?

Mundialização, concorrência desenfreada, defesa de interesses industriais na grande competição internacional, novas tecnologias, convergência: esses fenômenos não são novos, mas é preciso sublinhar as dinâmicas de aceleração e acúmulo que estão na origem de seus efeitos críticos. Malgrado a onda neoliberal que se espalha pelo mundo, a França oferece o testemunho de que é possível fazer uma política cultural — bem como uma política de organização territorial. A política para o cinema na França não concerne apenas à produção de filmes: há uma política ativa de subsídios para o conjunto das salas e subvenções seletivas para aquelas que fazem esforços especiais em matéria de programação e incentivo. Essa política tem desdobramentos em termos

[13] Além do já citado CNC, há a Agence pour le Développement Régional du Cinéma, criada em 1983 com a missão de favorecer a implantação e a modernização de salas de cinema nas zonas insuficientemente equipadas mediante subvenções que provocam um efeito de alavanca junto a outros organismos e instituições. Ela fornece ainda um auxílio para o acesso aos filmes por meio da tiragem de cópias suplementares, beneficiando as salas situadas nas pequenas e médias cidades, no âmbito de uma política destinada a facilitar o acesso aos filmes de arte e o funcionamento dos cinemas de proximidade.

de organização territorial nos âmbitos nacional, regional e local¹³, assim como constitui referência para muitos países que não abdicaram da matéria — a exemplo da Coreia do Sul, onde os êxitos são notáveis. No entanto, essa fórmula alternativa ao modelo capitalista dominante, de inspiração hollywoodiana, é vulnerável, sendo objeto de vários ataques por ocasião das negociações internacionais na Organização Mundial do Comércio e da implantação de regras comuns no âmbito da União Europeia.

Por si só ou associado a outros equipamentos, o complexo cinematográfico pode contribuir para recompor os equilíbrios urbanos e para revitalizar o centro da cidade. Inúmeras experiências mostram que a política pode influir nas evoluções contemporâneas e que seus gestores podem ter outras saídas que não a abdicação e os discursos conformistas. Visto como um todo, o panorama evidentemente não é animador, mas os resultados são no mínimo contrastantes. Para além de um marco legislativo e regulatório, que não pode por si só garantir resultados, os estudos de caso apontam avanços nas experiências que logram conjugar esforços, talentos e recursos de agentes privados, associações, militantes, parlamentares, poderes públicos, arquitetos e urbanistas.

CONCLUSÃO

Para concluir essas reflexões, apresentarei quatro cenários para a cidade do futuro e o lugar que a sala de cinema poderá nela ocupar. São cenários não excludentes, que permitem pensar as opções e as tendências sem perder de vista as contradições e os impasses.

A cidade segregativa. Ao longo de meio século, a ocupação do espaço em benefício da aglomeração urbana se dá num ritmo e com uma amplitude sem precedentes. As tradicionais cidades européias se encontram quase todas cercadas por uma zona confusa, ilegível e desprovida de identidade própria, onde amiúde se experimenta um sentimento de caos, de mediocridade, de uniformidade. Sensação que igualmente suscitam as edificações, fachadas de hipermercados, lojas, postos de serviços, cadeias de hotéis e restaurantes, as ruas, cruzamentos e viadutos, com a indispensável onipresença do automóvel — muitas vezes, um desastre arquitetônico e urbanístico.

Dá-se aqui a convergência entre segregação espacial e segregação cultural: na periferia, pessoas geralmente jovens vão aos cinemas multiplex assistir aos *blockbusters* hollywoodianos, mas também a certos filmes nacionais que derivam desse modelo popular; no centro, populações mais adultas e dotadas de maior capital econômico, social e cultural vão mais habitualmente assistir aos filmes de arte nas salas especializadas, em velhos prédios preservados. É importante porém não sucumbir ao maniqueísmo que leva a opor cinema comercial e cinema de arte, cinemas multiplex e salas independentes, espectadores

culturalmente corretos e comedores de pipoca. As práticas culturais e os percursos na cidade são com frequência bem mais diversificados e misturados do que sugerem algumas caricaturas, e é justamente essa questão da mistura e da evolução dos públicos que está no âmago do debate.

A cidade genérica. Nos anos 1960 alguns geógrafos começaram a falar em "desurbanismo"¹⁴, considerando que o mundo industrial contemporâneo se traduz pela morte da cidade e do espírito da cidade. Nessa perspectiva, o arquiteto holandês Rem Koolhaas evoca o desenvolvimento, no mundo todo, da cidade genérica: a cidade está em todo lugar e não está em lugar nenhum. Dessa forma, a condição urbana é universal e as cidades se distinguem cada vez menos: a cidade urbana, periurbana ou metaurbana ocupa a geografia por inteiro. A distinção entre urbano e rural perde sua significação, assim como o centro não mais se distingue em relação à periferia. O que subsiste da cidade e de seu centro não passa de um simulacro, cenário para um filme hollywoodiano. Segundo Koolhaas, não se constrói mais a cidade, mas o espaço indeterminado, que em seus locais mais notáveis se caracteriza pelo encontro entre as escadas rolantes, o ar-condicionado e a música ambiente. Segundo ele, a cidade se torna um espaço onde o político é impensável.

A cidade-rede. Segundo essa concepção, a morte da cidade não se traduz pela sua dissolução pura e simples num espaço informe, mas por sua transmutação em um emaranhado de redes. Todos vivem a cidade, mas cada um a percorre com experiências profundamente diferentes. É a lógica do fluxo que prevalece: o espaço responde antes de tudo à organização entre múltiplos pólos, que se espera sempre mais eficaz e mais rápida. Mas esses pólos pouco importam: são apenas suportes de fluxos, e no fundo nem são necessariamente lugares — antes, são "não-lugares". A diferença da cidade de outrora, definida por práticas sociais e culturais, a cidade nova é construída mediante fluxos instantâneos de redes mundiais e interconectadas.

Nesse esquema as indústrias da comunicação e a economia virtual ocupam posição estruturante, de modo que salas polivalentes podem receber por satélite programas digitalizados, dentre os quais os filmes de cinema¹⁵. Dá-se igualmente o desenvolvimento do mercado do *home theater*, ou seja, a sala de cinema em casa, alimentado pelo DVD (ou um seu sucessor), cabo ou satélite. Trata-se de uma outra forma de evitar o encontro com uma alteridade no âmbito de um espaço público tal como tradicionalmente definido. Numa sociedade em rede, as tecnologias facilitam a justaposição dos espaços sociais.

A cidade articulada e em movimento. No caso dessa cidade, deixo a cada um a tarefa de sonhá-la e contribuir para a sua construção. Em face dos cenários precedentes, do que trazem de opressão e desesperança, manifesta-se a necessidade de uma política da cidade e de uma utopia urbana. Uma utopia urbana que pense a reconciliação da arquitetura

[14] Notadamente, Jane Jacobs em *The death and life of great American cities*, de 1961, e E. A. Gutkind em *Le crépuscule des villes*, de 1962.

[15] Nessa perspectiva, o desenvolvimento do cinema digital em salas é um tema mais amplo, que não abordamos aqui: ele merece uma atenção particular, haja vista os árduos desafios que lhe são associados.

Recebido para publicação
em 4 de outubro de 2004.

NOVOS ESTUDOS

CEBRAP

nº 70, novembro 2004

pp. 141-153

como criação, do urbanismo como ambição política e da cidade como história e como projeto. Uma cidade que não seria concebida contra o passado, em torno do dogma da tábula rasa, nem contra o futuro, a partir de um passadismo e de uma nostalgia da cidade-museu. Num quadro de tantas contradições, violências e crises sociais, de uma difusa ideologia da guerra de todos contra todos, pode parecer incoerente ou ingênuo ousar supor tais perspectivas. Mas deixar de fazê-lo não implicaria ceder a esse vasto movimento desalentador que leva a aquiescer lastimosamente àquilo que é apresentado como inelutável? É preciso, então, escolher...

LAURENT CRETON é professor da Universidade de Paris III e diretor do Institut de Recherche sur le Cinema et l'Audiovisuel.