

## Obituário do cinema: as crises midiáticas segundo o horror audiovisual<sup>1</sup>

Klaus' Berg Nippes BRAGANÇA<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

### RESUMO

O cinema de horror foi desenvolvido em consonância ao progresso midiático que originou sua história, inclusive em relação aos incrementos tecnológicos usados para representar as crises da sociedade. A partir da virada do século XXI o gênero incorporou definitivamente em seus códigos narrativos a preponderância que os meios de comunicação assumiram no cotidiano, especialmente com a consolidação da tecnologia digital. Este trabalho investiga como o cinema de horror contemporâneo materializa as relações que estabelece com a vida de outros meios, bem como as crises de identidade originadas pela convivência entre distintas gerações de mídia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cinema; Horror; Mídia; Digital; Crise.

### 1- Crise de meia-idade

“Embora a palavra crise não seja certamente a mais apropriada para caracterizar os singularíssimos sucessos que temos vindo a narrar, porquanto seria absurdo, incongruente e atentatório da lógica mais ordinária falar-se de crise numa situação existencial justamente privilegiada pela ausência da morte”.

José Saramago, *As Intermittências da Morte*, 2005.

Épocas de crise acompanham o progresso humano, pois “crise” é um estado fundamental da história de diversas culturas. A crise ameaça e se alastra para todos os domínios humanos: políticos, sociais, econômicos, morais, culturais, científicos e, inclusive, atinge as artes e a mídia de um modo geral – como adverte o filósofo Gerd Bornheim “no que concerne nosso tempo, as crises parecem mudar substancialmente a sua fisionomia, seja pelo ineditismo de sua extensão como também pela radicalidade das metamorfoses que por tudo se vê” (1996, p. 49).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual, do XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Professor no curso de Cinema e Audiovisual do DepCom-UFES. Doutor em Comunicação pelo PPGCom-UFF. Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pelo PósCom-UFBA. Autor do livro *Realidade Perturbada: corpos, espíritos, família e vigilância no cinema de horror* (Appris, 2018). Roteirista e diretor do longa-metragem de horror *Destino das Sombras* (2018). <https://ufes.academia.edu/klausbraganca> . E-mail: [klausbraganca@ymail.com](mailto:klausbraganca@ymail.com)

---

Em nossa cultura tal extensão é tamanha que muitas vezes parece aludir a um fascínio natural para a crise e, segundo Bornheim, “o Ocidente manifesta, mais do que qualquer outra cultura, uma afinidade surpreendente com as experiências de crise; entre nós, há uma sempre decisória história das crises, e uma história que se torna, progressivamente, mais pujante e diversificada” (p. 51). A repercussão de uma crise muitas vezes pode ser medida através de sua extensão não apenas no tempo, mas nas variadas formas de expressão artística e de representações midiática populares, que dão vazão aos sentimentos, sensações e sentidos impregnados na consciência social.

O cinema de horror, particularmente, teve sua história pautada por períodos de crise, contudo simultaneamente parecia nos alertar sobre as consequências nefastas que nos afligiam. Por exemplo, muito se discute sobre a influência da crise econômica que abateu a Alemanha pós-primeira guerra, decorrente das sanções impostas pelos países europeus, para a formação de uma atmosfera mórbida e depressiva incorporada em vários filmes do cinema expressionista. O mesmo vale para a depressão econômica advinda com a queda da bolsa dos Estados Unidos ao final da década de 1920 – um momento fortuito para o Estúdio Universal promover seus monstros estilizados entre um público carente de esperanças, mas não de espetáculos, como o vampiro aristocrata e a criatura composta com partes de corpos operários.

Mais do que uma “influência”, crises podem ser representadas diretamente através da mídia (como a crise humanitária de refugiados que contaminou os editoriais televisivos do planeta) ou, no que tange o cinema de horror, indiretamente, como “metáforas de crise”. Neste âmbito vale destacar que durante a Guerra Fria a crise política originada com a disputa atômica e a paranoia macarthista viria inspirar invasões alienígenas e monstros radioativos gigantes em filmes como *Vampiros de Almas* (Don Siegel, 1956) e *O mundo em perigo* (Gordon Douglas, 1954). De maneira similar, no século XXI, a crise imobiliária que assolou o território norte-americano e se expandiu para o mundo tornou-se uma metáfora reiterada de ameaças invisíveis que rondam os lares das famílias de classe média em filmes como *Atividade Paranormal* (Oren Peli, 2007) e *Arraste-me para o inferno* (Sam Raimi, 2009).

Essa associação entre o horror e as épocas de crise reforça a vocação do gênero em refletir sobre os traumas, fobias e angústias da sociedade. Segundo Brigid Cherry (2009) o gênero funciona como um barômetro capaz de sentir e medir as pressões do

---

clima cultural. Assim, refletir as manifestações de crise é tão caro ao horror, quanto ao próprio conceito de “crise”, já que “a palavra *krisis* quer dizer: ‘escolha’, ‘julgamento’, ‘sentença’, e também ‘debate’, ‘disputa’” (BORNHEIM, 1996, p. 49).

Se inúmeras crises atuam sobre o cinema de horror, coube ao gênero refletir também sobre as crises que assolavam seu próprio território, seja enquanto instituição de mídia ou enquanto cinema. Em um momento em que o cinema atravessa sua “crise de meia-idade”, o gênero precisou voltar-se para dentro de si, para seu interior técnico e tecnológico, e ainda para sua história e sua linguagem – num vetor de revisão autorreflexiva, ou como sugere David Skal, “um progresso auto-referencial do gênero”<sup>3</sup> (2001, p. 23). Provocado por uma crise da instituição que o representa, o horror passa então a refletir sobre suas representações e seu caráter técnico. Esse movimento de retorno que condiciona a reflexão do meio é traduzido enquanto pensamento crítico de sua natureza, pois “a crise mostra-se sempre essencialmente crítica: ela procede a uma crítica do período imediatamente anterior, e, de algum modo, defronta-se com a interpretação da origem” (BORNHEIM, 1996, p. 61).

A própria noção de reflexividade no filme de horror confere às tecnologias de mídia um universo particular de existência, uma vida própria ou mesmo uma “presença viva” como defende Jeffrey Sconce (2000). Pode parecer estranho pensar, como Sconce, que as tecnologias de mídia possuam vida, assumiríamos, portanto, que tal qual organismos biológicos, estes meios possuem assim um nascimento, uma maturidade e uma morte. Seguindo essa noção Gaudreault e Marion aplicam a metáfora biológica para defender uma visão não-unívoca da gênese de uma mídia, nesse caso uma vida gerada a partir de um modelo de “duplo nascimento”:

Um primeiro nascimento acontece quando uma inovação tecnológica é usada para possibilitar uma renovação das práticas e das séries culturais existentes [...]. Um segundo nascimento acontece quando os recursos expressivos que o meio de comunicação [...] permitiu desenvolver ganham uma legitimidade institucional e tendem a estabelecer sua especificidade como norma (2016, p. 116).

Neste modelo de “duplo nascimento” os pesquisadores, na verdade, obedecem três tempos: “da *aparição de um dispositivo técnico* (uma tecnologia), as máquinas de visão, à *emergência de um dispositivo sociocultural*, ou até de uma nova série cultural, a das imagens animadas, e depois ao *advento de uma instituição sociocultural*, a do

---

<sup>3</sup> Esta e as demais citações de bibliografias estrangeiras indicadas nas referências foram traduzidas pelo autor deste trabalho.

cinema” (2016, p. 116). É importante notar, no entanto, que a identidade de uma mídia não nasce com ela, em sua gênese um meio se referencia em outro pré-existente para moldar sua identidade midiática. Como defendem Gaudreault e Marion, a partir de seu nascimento a identidade de um meio pode “ser constantemente reajustada, ou até redefinida.” (p. 121).

Para Simone Natale e Gabrieli Balbi (2014) a “vida” da mídia obedece também três etapas de “existência”, porém iniciada ainda antes de seu surgimento material, a partir de uma “imaginação fantástica” inerente à arqueologia de todos os meios: primeiro a fase anterior a seu nascimento, sua pré-história, um passado em que os meios pré-existent moldam as profecias feitas para imaginar os usos de uma mídia ainda não surgida; em seguida sua fase de “nova mídia”, o presente ou o momento cultural em que um meio desperta e desponta, corrobora ou refuta as assunções passadas feitas sobre seu uso; e por último sua fase obsoleta, um futuro também imaginário e nebuloso sobre a superação dos usos e das características de uma mídia e sua conseqüente morte.

As tecnologias de mídia fomentaram um repertório reflexivo que vem se intensificando no cinema de horror, e também em produtos televisivos, videogames ou até mesmo em formatos produzidos para a Web – uma tendência percebida por Brigid Cherry (2009) como reação à ubiquidade da mídia na vida cotidiana. Na história do horror, diversos títulos já haviam apresentado narrativa e esteticamente outros meios como fonte do medo no cinema, como por exemplo *Poltergeist – O fenômeno* (Tobe Hooper, 1982) e *Videodrome* (David Cronenberg, 1984). Ambos invocam não apenas a ubiquidade da televisão na vida doméstica, mas retomam ainda o caráter espectral que acompanhou o surgimento e consolidação do meio televisivo na vida cotidiana, como consideram Jowett e Abbott (2013) e Murray Leeder (2013) em seus respectivos trabalhos sobre o horror televisivo.

*Poltergeist*, especialmente, se vale da TV como um portal para os mortos invadirem o mundo dos vivos. Aqui os efeitos visuais instauram um excesso de presença do mundo sobrenatural, um sensacionalismo espectral que se associa à própria rotina sensacionalista do meio televisivo. Vale notar que na refilmagem de *Poltergeist* (Gil Kenan, 2015), apesar da tecnologia digital estar presente na narrativa através da apresentação de computadores e celulares, é a televisão, uma mídia tornada obsoleta

---

perante as “novas mídias” digitais, que continua a assombrar o mundo dos vivos com “imagens transmitidas do além”.

Relações entre meios distintos em momentos distintos de vida geram significados refletidos no cinema que mostram como suas convivências são imaginadas e retratadas através da lente do horror. Modos de envolvimento que podem gerar disputas e conflitos atrelados à crise de identidade que atravessa todo campo midiático a partir da instalação da tecnologia digital – ou como afirmam Gaudreault e Marion, “consideradas com certa distância, as crises que um meio de comunicação como o cinema atravessa em sua genealogia constituem um excelente revelador da hibridização implícita que condiciona a identidade de todo meio de comunicação” (2016, p. 132).

## 2- Crise de gerações

Além de refletir sobre si, o cinema de horror apresentou de variadas formas sua relação com outros meios em outros estágios de existência midiática. O imaginário mortal para “velhas mídias” frequentemente atinge o cinema, especialmente em uma época em que surgem “novas mídias” na esteira da tecnologia digital. Independentemente dos obituários que possam ser traçados para a “futura morte” do cinema, em diversos filmes de horror podemos encontrar representações simbólicas sobre o fim de tecnologias e artefatos de mídia. *Ringu* (Hideo Tanaka, 1998), por exemplo, propõe um espírito disseminado através de uma fita de VHS amaldiçoada, uma entidade sobrenatural puramente midiática. Caetlin Benson-Allot (2007) trata a narrativa como uma alegoria para a morte de um artefato midiático analógico ultrapassado pela mídia digital.

A partir da década de 1990 popularizou-se no Japão a circulação de fitas de VHS como *Honto ni Atta Kowai Hanashi* (“Contos reais de horror”, 1992), feitas com coletâneas de vídeos amadores, supostamente reais, que registravam pessoas assombradas por espectros e outros seres sobrenaturais. Os produtores destas fitas inclusive advertiam, como estratégia de marketing, que as próprias coletâneas eram amaldiçoadas e que os espectadores deveriam assisti-las por sua própria conta e risco.

A fita de VHS amaldiçoada em *Ringu* recorre a este repertório impactado e ameaçado pelo advento e disseminação da tecnologia digital – um repertório obsoleto

que entra em crise ao se deparar com as novas possibilidades oferecidas pela nascente tecnologia. Após assistir a fita amaldiçoada e receber o telefonema de aviso (em linha fixa residencial), os amaldiçoados recebem a transmissão televisiva do espírito vingativo. O fantasma se dissemina através da fita de vídeo e precisa usar meios analógicos, como televisores e telefones, para se manifestar, trafegar e assombrar o mundo dos vivos.

Erick Felinto avalia o espectro como uma “tecnologia comunicacional, um mecanismo para a propagação infundável de uma mensagem” (2008, p. 114), pois o fantasma se apresenta como imagem de vídeo analógico, com interferências eletrônicas, ruídos e problemas de *tracking* de sinal. O espectro é traduzido como uma cópia da imagem ou “uma aparição midiaticizada” (p. 113), como um “fantasma da mídia analógica” assombrando um mundo em estágio de digitalização cultural. De acordo com o enredo, para sobreviver à maldição, é preciso fazer uma cópia da fita de VHS para continuar a propagação dessa mensagem, perpetuando-a entre a audiência.

É interessante perceber como as refilmagens norte-americanas e suas sequências avançam essa noção de “cópia”, pois, nos lembra Felinto, “como as imagens que propaga, ‘a própria Sadako é uma cópia’, um duplo que se torna fantasma, retornando para atormentar os vivos” (p. 116). Em *O Chamado 3* (F. Javier Gutiérrez, 2017) o vídeo amaldiçoado é digitalizado para a internet para poder se propagar em uma velocidade incontrolável entre inúmeras janelas audiovisuais.

A mensagem é recebida via internet anonimamente e sua maldição viral se amplifica à medida que seu compartilhamento aumenta entre a audiência – lembrando que para sobreviver à maldição é preciso compartilhar o vídeo. Claro, partindo do pressuposto da convergência cultural, o espectro agora pode se irradiar entre janelas e dispositivos para se materializar no mundo dos vivos. Assim, o espírito vingativo é capaz de convergir-se para uma *Smart TV*, um aparelho arcaico, porém atualizado ao ser integrado à internet.

Na virada do século XXI, período que coincide com a rápida expansão da mídia digital, e segundo Gaudreault e Marion também “coincide com um período de fragmentação e de disseminação dos meios de comunicação instituídos” (2016, p. 120), o horror incorporou e adensou os conflitos originados pela “crise de gerações” instalada na coexistência de tecnologias de mídia em fases distintas de vida. Para os autores “uma

---

boa maneira de apreender um meio de comunicação deve residir, especialmente na era digital, na compreensão da maneira como esse meio de comunicação tece sua relação com os outros meios de comunicação” (p. 121).

Diferente, mas correlacionado ao problema da circulação digital, em *A Entidade* (Scott Derrickson, 2012) um escritor de livros policiais de não-ficção muda-se com sua esposa e filhos para a casa onde uma família foi assassinada brutalmente, a fim de investigar mais o caso. Na casa o protagonista encontra um acervo em bitola de 8mm de filmes de família, com registros de festas ou eventos domésticos, seguidos das mortes destas famílias e o desaparecimento de seus filhos caçulas.

As imagens dos filmes seduzem as crianças desaparecidas, levadas a matar suas famílias para então serem capturadas e preservadas pela película. No caso do escritor é exatamente sua filha que apresenta talentos artísticos ao longo da narrativa, desenhando imagens nas paredes de seu quarto, que é a incumbida de fazer este filme e ao final, como as outras crianças espectrais, ela também é transportada pelo demônio para o mundo midiático sobrenatural.

Tradicionalmente o filme de família teria a mesma função de um álbum de fotografias, preservando as memórias de seus entes queridos, e como tal, sua circulação e audiência seria restrita, contemplando apenas os membros daquela família e pessoas íntimas registradas pela câmera – são filmes feitos para preservar a memória de um tempo passado e para serem guardados. Entretanto, estes filmes guardam também o suspeito dos crimes, um assassino mascarado registrado em meio às memórias da película e agora também digitalizado pelo escritor. É esta digitalização de espíritos analógicos que condiciona a maldição em *A Entidade*. Ao digitalizar a película em seu computador o escritor eleva o demônio preservado por imagens analógicas a outro patamar midiático. Embora a película preserve o demônio, ela também o confina, mas ao digitalizar as imagens o escritor o liberta da bitola analógica que o aprisionava.

Trata-se de um demônio que vive nas imagens e somente através destas imagens ele se perpetua dentro do ambiente familiar. Ao digitalizar os filmes, o escritor armazena as imagens que antes estavam presas dentro de bitolas físicas em uma mídia de característica dispersiva. Assim, se por um lado os filmes de 8mm podem ser destruídos, por outro, a mídia digital pode armazená-los em uma memória virtual e preservá-los em uma pluralidade de cópias que trafegam descontroladamente através

dos caminhos labirínticos do ciberespaço. Em suma, o que estava guardado nas memórias analógicas da película, agora foi liberado para um mundo conectado imageticamente – isto é, não é preciso mais guardar para preservar as memórias.

*The Last Broadcast* (Stefan Avalos; Lance Weiler, 1998) apresenta em sua trama uma convivência midiática conturbada: no filme, um documentarista está interessado em desvendar o assassinato de uma equipe televisiva que iria fazer um programa especial com transmissão em *simulcast* para TV, internet e rádio sobre o Demônio de Jersey – uma sugestão enviada pela audiência do programa através de mensagens de IRC. A primeira transmissão para a internet coincide com a última transmissão do programa, como se os produtores televisivos fossem punidos por burlar os limites tradicionais de transmissão. Nesse sentido, Ramon Lobato (2012) emprega o fator “distribuição” – seja ela formal, informal ou mesmo ilegal – para analisar a materialidade fílmica.

Distribuição envolve uma série de fatores em sua relação com a vida cotidiana, dentre os quais Ramon Lobato destaca que “distribuição é sobre transmissão de valores, competências e ideologias. É um local de políticas culturais”, e que “distribuição enquadra o modo como um texto é experimentado e compreendido pela audiência”, pois “distribuição molda a cultura fílmica em sua própria imagem” (2012, p. 15). Embora muitas vezes invisível da experiência, a distribuição é uma atividade imprescindível para a cadeia de consumo de produtos audiovisuais. Para o autor “o ato de distribuição também molda materialmente o texto em si, acrescentando outra camada de significado para a experiência do espectador” (p. 18).

Além da distribuição, outro paradigma está articulado e tensionado nesta composição, principalmente pelo envolvimento da tecnologia digital: a participação da audiência – afinal foi a mensagem enviada pela audiência que levou os produtores ao horror, e também ao fim do programa televisivo. O monstro do filme é um membro da audiência dotado de participação e influência midiática através da tecnologia digital. Como diz o documentarista “o ‘demônio de Jersey’ é a imagem eletrônica, o som, a comunicação de massa, misturados de alguma forma com um mundo eletrônico surreal”. Detalhe: devido a restrições orçamentárias, este filme não teve distribuição em circuito comercial de cinema, tampouco no sistema DTV ou licenciamento televisivo, e somente com a distribuição digital pôde obter alguma circulação midiática.



---

A colisão entre “velhas e novas mídias” traçada por Henry Jenkins (2009) em seus estudos sobre a cultura da convergência, sintetiza o problema ao relacionar as vidas do cinema, da televisão, do vídeo e da internet em um mesmo momento – meios simultaneamente aliados embora concorrentes na disputa por audiência. O livro de Jenkins aponta para um fator importante, e muitas vezes negligenciado, na atual economia de mídia: o engajamento da audiência nos produtos midiáticos. Através de vários estudos de caso e exemplos de produtos da cultura popular contemporânea, Jenkins avalia o comportamento e as relações, nem sempre amistosas, entre a indústria de mídia e seu consumidor – um agente inalienável da cadeia produtiva e que, a partir das capacidades oferecidas pela tecnologia digital, intercede e reivindica cada vez mais um espaço e uma participação ativa nos conteúdos midiáticos para ser, de fato, uma audiência cativa e dedicada.

Tímida e fundamentalmente envolvida no enredo de *The last broadcast*, o cinema de horror reconheceu a importância da participação da audiência em poucos títulos. Ainda que existam filmes que apresentem o papel da audiência, já que é um elo indissociável da cadeia industrial da mídia, muitas vezes sua representação é moldada por uma imaginação passiva e vulnerável de “receptor de mídia”, personagens indefesos perante os produtos e mensagens midiáticas.

Uma representação recorrente que, em alguns casos, é rompida por personagens que se revoltam e combatem as organizações midiáticas, como em *Eles Vivem* (John Carpenter, 1988). Na trama dois personagens errantes em um mundo distópico-capitalista encontram pares de óculos capazes de enxergar a realidade escondida dos sentidos: alienígenas invadiram e controlaram o planeta e usam os meios de comunicação de massa para propagar mensagens subliminares à audiência e assim manter a ordem, disciplina, obediência e submissão.

Há uma nova categoria de consumidor que não aceita estar deslocada da rotina produtiva da mídia, trata-se de uma nova audiência dotada de capital midiático, simbolicamente poderosa, inquieta e altamente envolvida na criação e disseminação de seus conteúdos favoritos. Dotada de habilidades cognitivas e destrezas perceptivas distintas das competências requeridas e oferecidas pela maioria dos produtos da mídia tradicional do século passado, esse consumidor é chamado por Massarolo e Alvarenga de *VUP* (a sigla inglesa para *viewer, user, player*): “é o consumidor ávido e devotado

---

que se utiliza de múltiplas entradas no universo transmidiático com o propósito de produzir e também compartilhar suas habilidades de ‘especialista amador’ junto aos demais membros de uma comunidade” (2010, p. 122).

Em *O segredo da cabana* (Drew Goddard, 2011) podemos ver uma metáfora sobre a potencialidade da participação da audiência no cinema de horror. O filme apresenta a rotina produtiva industrial do horror e do medo, embora não seja um estúdio, uma emissora ou uma produtora audiovisual, seu trabalho é provocar medo e horror para saciar o apetite dos Deuses Ancestrais, adormecidos e entretidos com a miséria humana. A narrativa apresenta monstros tradicionais e contemporâneos, misturados com vanguardas, temas e subgêneros familiares retirados da história do horror, como *slasher*, *splatter* e *snuff*, incluindo ainda aqueles originados com a virada do milênio, como o *J-Horror*, o *torture porn* e o *found footage* de horror. Seu enredo parece homenagear o gênero em todas suas ramificações e tendências, como se estivesse representando o “estado da arte do cinema de horror”.

Acompanhamos a realização de um espetáculo com reviravoltas, ilusões e estímulos sensacionais, que apresenta suas regras, elementos, códigos e arquétipos necessários para provocar as reações desejadas pelos Deuses Adormecidos. Porém, quando um imprevisto da rotina produtiva ocorre, como um personagem-arquétipo escapar do papel e da função narrativa que lhe cabe (neste caso, morrer), o espetáculo foge ao controle dos produtores. Indefesos perante as exigências de sua poderosa audiência, eles sofrem e sucumbem com o desagrado e a indignação dos Deuses. Agora despertada, a audiência subjuga e destrói o mundo midiático que tentava ser protegido de sua interferência.

Atender às demandas de uma audiência cada vez mais exigente, dotada de recursos tecnológicos para interceder sobre o sistema de produção midiático e desafiar os mecanismos de controle sobre os conteúdos criativos, tornou-se uma obrigação e um desafio para os agentes que atuam neste mercado instável e inflamado. Existem inúmeros experimentos propostos pelos grupos de mídia para envolver sua audiência na produção de conteúdos editoriais – muitas vezes através de ferramentas interativas e estratégias para administrar a participação da audiência, permitindo maior ou menor liberdade de interferência sobre o resultado de seus produtos e criações.

---

Tal tendência midiática, claro, atualiza-se de acordo com as circunstâncias; há um tipo de fagocitose das práticas criativas da audiência que incrementa e modifica a materialidade dos conteúdos. Essa apropriação dos hábitos e maneirismos midiáticos, advindos com a participação da audiência, transforma a própria linguagem dos meios. O cinema não escapou da crise de identidade que afetou o campo midiático com a disseminação das novas tecnologias de comunicação individual – aquelas que o indivíduo pode controlar pessoalmente.

### **3- Crise de identidade**

Mesmo antes da repercussão da tecnologia digital na vida cotidiana, o cinema já se confrontava com os costumes e modos de produção audiovisuais surgidos com o gradativo processo de democratização das mídias. Da entrada do cinematógrafo nos lares burgueses, ao espraiamento dos dispositivos digitais móveis, o cinema recombinau estilos, circuitos, temas e posturas de práticas criativas da audiência. Para Francesco Casetti as profundas transformações sofridas pela linguagem cinematográfica a partir da década de 1990 são distintas das crises anteriores, isto é, “o cinema subsequentemente ‘explodiu’ e não possui mais seu próprio território” (2007, p. 36). Ao destilar códigos de janelas digitais distintas, oriundas de mídias sociais e tecnologias de comunicação instantânea, a identidade do cinema se funde e se confunde a de outros meios.

Este amálgama midiático não anula as identidades associadas, mas altera e amplia significativamente as características de linguagem dos meios imbricados. Corresponde ao que Casetti propõe como uma noção mais prática, ou pragmática, da mídia: “uma entidade plural e disseminada, livre de uma identidade única” (p. 37). Do mesmo modo que o cinema se expande contaminando outros meios, é também afetado e tensionado pelas histórias e identidades dos meios que o intercedem. De acordo com Casetti “cinema é um tipo de portal, uma encruzilha em que diferentes processos estéticos, culturais e sociais estão conectados” (p. 38).

Enquanto linguagem constantemente atualizada a partir das demandas de sua audiência, o cinema tenta vincular-se aos padrões midiáticos contemporâneos, seja através de canais digitais de distribuição ou através de incorporações e representações que refletem o ecossistema midiático onde sua audiência trafega e se insere. Nesse caso,

a identidade territorial do cinema, paradoxalmente, se preservaria através da invasão a outros domínios midiáticos, burlando fronteiras, pois “um meio de comunicação se singulariza por sua maneira de gerir a convergência que rege a *intermídia*”. (GAUDREAULT; MARION, 2016, p. 121).

Tal invasão territorial é a proposta estética e narrativa de *Amizade Desfeita* (Leo Gabriadze, 2014). Seguindo uma tendência agora recorrente do subgênero *found footage* de horror, como pode ser visto em *Megan is Missing* (Michael Goi, 2011) ou no segmento “*The sick thing that happened to Emily when she was younger*” (Joe Swanberg) da antologia de horror *V/H/S* (2012), o filme é quase inteiramente apresentado através da interface do *Skype*. A janela cinematográfica incorpora as características visuais do formato de tela típico do software de videofone. Na trama, um grupo de jovens é punido por um “desconhecido virtual” por terem vazado e compartilhado um vídeo íntimo. Os efeitos de sobreposição de janelas articulam aqui formatos amalgamados que compõem a tecnologia digital e mostram a convivência perigosa e ameaçadora permitida a seus participantes.

De maneira similar, *Sickhouse* (Hannan Macpherson, 2016) é um longa-metragem de horror que apropria-se de um formato de aplicativo de vídeo para celular, o *Snapchat*. Não apenas a composição interage com o aparelho móvel, através da tela vertical típica da interface do aplicativo, mas o filme também incorpora elementos gráficos característicos, como *emojicons* e *memes*, e aproveita em seu enredo o *star system* proveniente desta rede social. Além disso, é importante frisar que este filme é um longa-metragem realizado a partir de takes curtos, obedecendo o padrão de duração dos vídeos realizados com o aplicativo.

Por último, sua distribuição comercial não foi planejada para salas de cinema, mas para aparelhos móveis pessoais através da plataforma *Vimeo On Demand*, com circulação global – uma forma de burlar um tipo de hierarquia de janelas que privilegia as salas de cinema para lançamentos comerciais, exilando outras produções em janelas alternativas que muitas vezes não atingem o alcance global das produções mainstream. Trata-se assim de um longa-metragem feito quase que exclusivamente para atender uma demanda audiovisual por *Smartphone*.

Estes exemplos mostram os horrores deflagrados a partir do contato do cinema com um estágio da vida de determinada mídia. A discussão traçada parece propor um

tipo de fim para uma linguagem exclusivamente cinematográfica, agora fadada a compor-se em um híbrido de diversos meios, técnicas e linguagens. A reverberação de diversas mídias dentro da linguagem cinematográfica traduz a crise de identidade que, enquanto linguagem e instituição, a personalidade do cinema vem atravessando nestes últimos anos de existência – o que, recordam Gaudreault e Marion, “provoca, também, crises identitárias em outros meios de comunicação, que se apresentam ‘no cinema’ e que vêm ocupar uma parte do tempo de tela” (2016, p. 129).

Crises identitárias não são novidade para o cinema, pelo contrário, desde seus primórdios parecia muito natural incorporar códigos e linguagens de outras artes. Logo sofreu uma crise para libertar-se da dependência em relação à literatura e ao teatro, por exemplo, para enfim buscar uma identidade própria, pura e exclusivamente cinematográfica. Tão logo surgiu o meio televisivo, mais uma vez o cinema precisou revisar seus códigos de linguagem e gerar um intercâmbio midiático: além de trocar acervos, apropriou-se de outras características, repertórios e técnicas do novo meio.

E o mesmo pode ser dito sobre a identidade televisiva: abalada progressivamente pelo advento de novas janelas de exibição e plataformas de transmissão de conteúdos da tecnologia digital. Atualmente o meio televisivo além de sofrer com a crise mercadológica deflagrada pelos novos agentes do mercado digital, atravessa também sua própria crise de identidade e, por isso, corre para se adequar às novas demandas de mercado e às habilidades interativas despertadas com a internet e com a distribuição digital via streaming.

No atual estágio de mídia, parece que o cinema busca, enfim, desvincular-se de si mesmo, de uma identidade própria, como se para sobreviver ao inóspito meio-ambiente midiático da cultura digital, deixasse de ser, justamente, cinema – ou melhor, deixasse de ser tão somente aquilo que no passado chamamos de “cinema”. Casetti profetisa que “cinema não é mais o que havia sido; suas mudanças são tão radicais que seriam equivalente a uma morte” (2007, p. 41).

Talvez o cinema não sobreviva como seja, isto é, como o cinema está e como o conhecemos hoje, porém, por mais que se especulem obituários para o cinema, talvez ele continue a existir e a renascer constantemente, embora radicalmente distinto do que havia sido. Talvez a questão levantada por André Bazin, “o que é cinema?”, deva ser atualizada e ampliada ao momento cultural – para algo como “o que será cinema?”, ou

ainda, “o que será da mídia?”. Esta crise de identidade também é intimamente comungada pelo horror, cujos códigos pareciam estanques e engessados até o final da década de 1990, quase paródico a si mesmo, como pode-se constatar através da franquia de Wes Craven, *Pânico* (1996, 1997, 2000 e 2011).

Foi com a incorporação de elementos oriundos de outros meios e artes que o cinema de horror conseguiu superar a crise de meia-idade que lhe abateu ao final do século XX, recorrendo, como no caso de *A Bruxa de Blair* (Daniel Myrick; Eduardo Sánchez, 1999) à linguagem do documentário, por exemplo. Nesse sentido parece natural ao gênero encontrar em outros meios os modos de manutenção de seus códigos, seja estética, narrativa ou até ideologicamente, e, portanto, “visto desse ângulo, é quase possível dizer que um meio de comunicação é sempre uma hipermídia que se ignora como tal” (GAUDREAU; MARION, 2016, p. 132).

Nos filmes discutidos, a mídia figura como uma “mensagem de horror”, e podemos dizer também que o medo é oriundo e resultado do próprio meio – e isso traz à tona uma nova “crise de identidade”: o cinema de horror parece ser simultaneamente um fantasma incapaz de esquecer o que foi e de abandonar seu território assombrado, e também um embrião fecundado por diversas mídias e linguagens que ainda não sabe quando e como irá renascer.

## REFERÊNCIAS

BENSON-ALLOTT, Caetlin. “‘Before you die, you see *The Ring*’: notes on the immanent obsolescence of VHS”. In: *Jump Cut*, n. 49, spring 2007.

BORHEIM, Gerd. “A crise da idéia de crise”. In: NOVAES, Adauto (Org.). *A crise da razão*. São Paulo: Companhia das Letras/MINC-FUNARTE, 1996, p. 47-66.

CASSETTI, Francesco. “Theory, Post-theory, Neo-theories: changes in discourses, changes in objects”. In: ODIN, Roger (Ed.). *Cinemas – revue d’études cinématographiques: La théorie du cinéma enfin en crise*, Vol. 17, n. 2-3. Montréal, Qb: Université de Montréal, Printemps, 2007, p. 33-45.

CHERRY, Brigid. *Horror*. New York: Routledge, 2009.

FELINTO, Erick. *A imagem espectral: comunicação, imagem e fantasmagoria tecnológica*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.

GAUDREAU, André; MARION, Phillippe. *O fim do cinema? Uma mídia em crise na era digital*. Campinas, SP: Papyrus, 2016.

---

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JOWETT, Lorna; ABBOTT, Stacey. *TV Horror: investigating the dark side of the small screen*. London: I.B. Tauris, 2013.

LEEDER, Murray. “Ghostwatch and the haunting of media”. In: *HOST-Horror Studies*, vol.4, n.2, 2013, p. 173–186.

LOBATO, Ramon. *Shadow Economies of cinema: mapping informal film distribution*. London: Palgrave Macmillan, 2012.

MASSAROLO, João Carlos; ALVARENGA, Marcos Vinícius T. de. “A indústria audiovisual e os novos arranjos da economia digital”. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). *Cinema e Mercado*. São Paulo: Escrituras, 2010, p. 119-134.

NATALE, Simone; BALBI, Gabrieli. “Media and the imaginary in history: The role of the fantastic in different stages of media change”. In: *Media History*, Vol.20, n.2, 2014, p. 203-218.

SCONCE, Jeffrey. *Haunted Media: electronic presence from telegraphy to television*. Durham: Duke UP, 2000.

SKAL, David J. *The Monster Show: a cultural history of horror*. New York: Faber and Faber, 2001.

### **Filmografia:**

*A Entidade (Sinister)*. Dir. Scott Derrickson. EUA, 2012.

*A Bruxa de Blair (The Blair witch project)*. Dir. Daniel Myrick; Eduardo Sánchez. EUA, 1999.

*Amizade Desfeita (Unfriended)*. Dir. Leo Gabriadze. EUA, 2014.

*Arraste-me para o inferno (Drag me to hell)*. Dir. Sam Raimi. EUA, 2009.

*Atividade Paranormal (Paranormal Activity)*. Dir. Oren Peli. EUA, 2007.

*Eles Vivem (They Live)*. Dir. John Carpenter. EUA, 1988.

*Megan is Missing*. Dir. Michael Goi. EUA, 2011.

*O Chamado 3 (Rings)*. Dir. F. Javier Gutiérrez. EUA, 2017.

*O mundo em perigo (Them)*. Dir. Gordon Douglas. EUA, 1954.

*O segredo da cabana (The cabin in the woods)*. Dir. Drew Goddard. EUA, 2011.

*Pânico (Scream)*. Dir. Wes Craven. EUA, 1996, 1997, 2000 e 2011.

*Poltergeist – O fenômeno (Poltergeist)*. Dir. Tobe Hooper. EUA, 1982.

*Poltergeist*. Dir. Gil Kenan. EUA, 2015.

*Ringu*. Dir. Hideo Tanaka. JAP, 1998.

*Sickhouse*. Dir. Hannan Macpherson. EUA, 2016.

*The Last Broadcast*. Dir. Stefan Avalos; Lance Weiler. EUA, 1998.

*Vampiros de Almas (Invasion of the body snatchers)*. Dir. Don Siegel. EUA, 1956.

*V/H/S (“The sick thing that happened to Emily when she was younger”)*. Dir. Joe Swanberg. EUA, 2012.

*Videodrome*. Dir. David Cronenberg. CAN, 1984.