

A arte cinematográfica de ligar o dane-se

Woody Allen resolveu dar de ombros para os cânones da sua categoria profissional, cheia de veleidades, e fazer as coisas como melhor lhe aprouver



ANDRÉ CAUDURO D'ANGELO

Professor, consultor e titular do *blog* Sr. Consumidor no Portal AMANHÃ

Cineastas são tidos como profissionais exigentes e obsessivos, capazes de mandar repetir dezenas de vezes a mesma cena, madrugar para filmar com a luz mais propícia e levar seus atores à exaustão na busca da composição ideal de um personagem. Mas, se toda regra tem sua exceção, a dessa categoria é das mais ilustres: Woody Allen.

O célebre diretor é adepto de um estilo um tanto quanto “preguiçoso” de filmar, segundo definição da revista norte-americana *The Atlantic*. Escreve roteiros inteiros em tempo recorde, dá pouca ou nenhuma orientação aos atores – que recruta após uma rápida entrevista –, quase não ensaia nem repete cenas, filma-as de apenas um ângulo e dispensa trilha sonora exclusiva, preferindo selecioná-la entre músicas já gravadas e conhecidas. Allen assume que não é perfeccionista nem atento aos detalhes, pois não faz do cinema a razão de sua vida – e, que, como todo trabalhador comum, quer encerrar seu expediente às seis da tarde e ir para casa assistir à televisão. Críticos e cinéfilos em geral podem achar uma heresia tamanho descuido com a própria obra, mas o fato é que, como negócio, os filmes de Allen se justificam: são rápidos de fazer, custam pouco e geralmente dão bons lucros, em um sinal evidente de que a qualidade estética tem, para leigos e especialistas, significados muito diferentes.

Allen é um caso raro de desempenho simultâneo de dois papéis antagônicos da indústria do espetáculo: o do gênio criativo e o do gestor preocupado – com surpreendente protagonismo deste último. Seus

filmes são escritos e rodados em velocidade incomum não apenas porque o diretor tem interesses e ocupações que transcendem o set, mas também porque qualquer atraso na filmagem não é coberto pelo orçamento dos estúdios – Allen, pessoa física, é quem tem de arcar com os custos. O lado CEO do diretor é suficientemente forte a ponto de sufocar a vaidade esperada de alguém há tantos anos imerso num mundinho cheio de competição e inveja, como o cinema, fazendo-o ignorar solenemente o compromisso com um pretense legado. Fazer um filme por ano, como tem sido a sua média ultimamente, é quase uma certeza de que nenhum se tornará clássico ou memorável.

Mas o *case* Woody Allen pode ser visto sob outros aspectos quando trazido para a seara empresarial. Primeiro, como um sinal evidente da importância de marcas fortes, uma vez que espectadores acorrem aos cinemas para “ver o último Woody Allen”, seja este qual for – e possivelmente seja o peso da grife que garanta ao diretor certa benevolência da plateia com suas escorregadelas, como a bizarra sequência que retrata uma turbulência em um avião, de *Vicky Cristina Barcelona* (2008), ou o fato de o ator principal de *Match Point* (foto), de 2005, que interpreta um ex-tenista, mal saber empunhar uma raquete.

Allen também parece ser uma boa alegoria dos tempos atuais nos negócios. A era da informática, iniciada com os computadores pessoais e videogames, lá nos anos 1980, e recentemente acelerada com os

smartphones e seus aplicativos, é um exemplo cabal do *trade off* entre perfeição e funcionalidade. Programadores e empreendedores sabem de antemão que irão entregar produtos com *bugs*, tanto quanto que solucioná-los previamente pode consumir tempo e esforço em excesso, atrasando sua chegada ao mercado e comprometendo-os comercialmente. Não por acaso, as *startups* proclamam que “é melhor ser rápido do que ser perfeito”, pois o verdadeiro teste de um projeto ocorre na prática, em contato com a realidade. Se velocidade é o nome do jogo, detalhes menores podem ser deixados para trás em prol do essencial: aplicativos, *softwares* e *gadgets* que funcionem, conquistem consumidores e possam ser melhorados com o tempo, se for o caso.

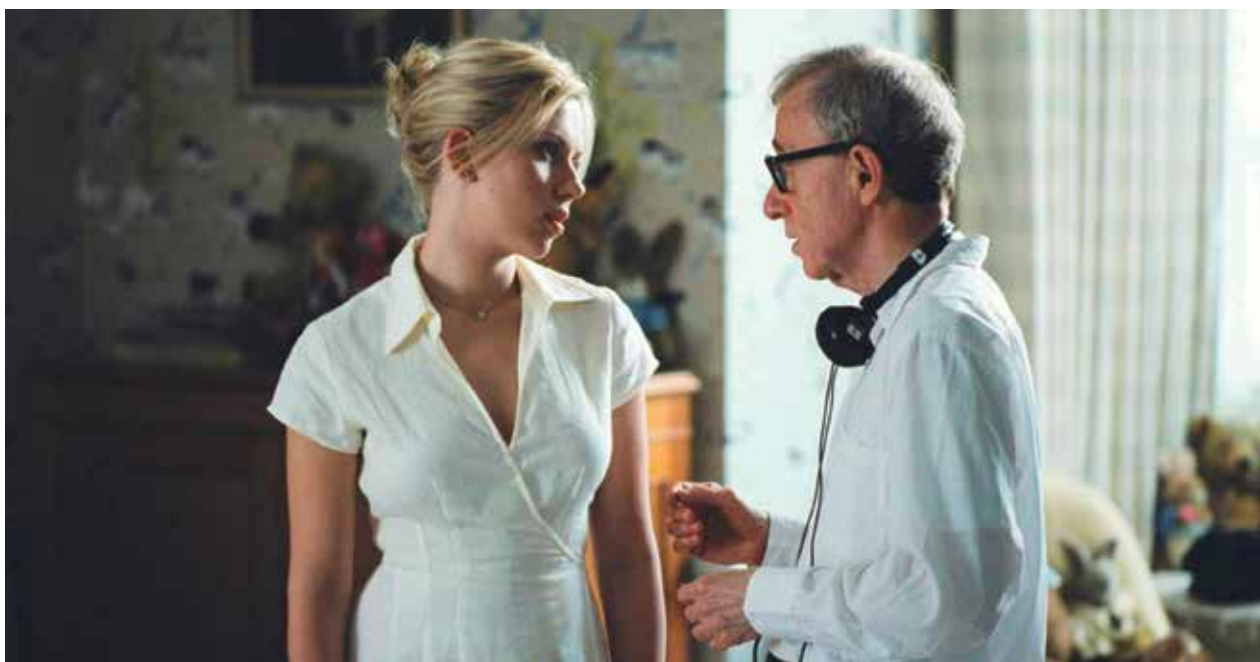
Curiosamente, esse entendimento descreve em parte os chamados “produtos disruptivos”, ao menos como caracterizados por Clayton Christensen em meados da década

de 1990. O professor e pesquisador de Harvard classificou-os como bons o suficiente e de preço acessível, capazes de angariar adeptos exatamente por ir na contramão do aumento da sofisticação em que quase toda indústria costuma incorrer com o passar do tempo, não raro esquecendo-se do consumidor e de suas necessidades. A disrupção ocorreria justamente quando as versões mais simples e baratas passassem a ser dominantes em um dado mercado, subvertendo a tendência de complexidade (e preços) crescente.

Finalmente, Woody Allen funciona também como símbolo de uma época que questiona o trabalho como provedor principal de identidade para o indivíduo. Por mais que se fale em construir carreiras, tornar-se um “Eu S/A” e de acalantar “sonhos grandes,” boa parte de nós quer apenas uma maneira de pagar as contas, e não uma prova de obstáculos diária – vide os milhões de concurreiros

deste país, por exemplo. A vida que faz sentido dá-se fora do horário de expediente e longe dos limites dos escritórios; sacrificá-la entre baias e salas de reunião pode parecer bonito na capa das revistas de negócios, mas não é do interesse de todos – sequer da maioria, diria eu. Há um amplo espaço, saudável e respeitável, entre a indolência pura e simples e a mentalidade *workaholic*, e pleitear um lugar nele não é pecado nenhum.

Por isso, talvez Allen seja menos um preguiçoso do que um bem resolvido profissional do entretenimento, hábil em encontrar um modo satisfatório de continuar trabalhando aos 82 anos. Alguém que, a esta altura da vida, quase num ato de rebeldia contra a opressão da excelência, resolveu dar de ombros para os cânones da sua categoria profissional, cheia de veleidades e formalismos vãos, e fazer as coisas como melhor lhe aprouver, desfrutando dos privilégios que a longa e exitosa carreira lhe concedeu.



Marca forte: peso da grife garante ao diretor certa benevolência da plateia com suas escorregadelas, como em *Match Point*