

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS (CFCH)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA (UFPE)

JOSÉ AUGUSTO AMORIM GUILHERME DA SILVA

**SENTIDO E VALORAÇÃO NAS PRÁTICAS E NO DISCURSO DO
ESPECTADOR SOBRE O CINEMA BRASILEIRO: ESTUDO
SOBRE O SUBCAMPO DO CINEMA E SEU HABITUS
NARRATIVO**

Recife, 2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

JOSÉ AUGUSTO AMORIM GUILHERME DA SILVA

**Sentido e valoração nas práticas e no discurso do espectador sobre o
cinema brasileiro:**

Estudo sobre o subcampo do cinema e seu habitus narrativo

Recife 2010

Silva, José Augusto Amorim Guilherme da

Sentido e valoração nas práticas e no discurso do espectador sobre o cinema brasileiro: estudo sobre o subcampo do cinema e seu habitus narrativo / José Augusto Amorim Guilherme da Silva.

– Recife: O Autor, 2010.

352 folhas : il., quadros

Tese (doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. CFCH. Sociologia, 2010.

Inclui bibliografia e anexos.

1. Sociologia. 2. Cinema. 3. Cinema brasileiro. 4. Indústria cinematográfica. I. Título.

**316
301**

**CDU (2. ed.)
CDD (22. ed.)**

**UFPE
BCFCH2010/12**

JOSÉ AUGUSTO AMORIM GUILHERME DA SILVA

**SENTIDO E VALORAÇÃO NAS PRÁTICAS E NO DISCURSO DO ESPECTADOR
SOBRE O CINEMA BRASILEIRO:
ESTUDO SOBRE O SUBCAMPO DO CINEMA E SEU HABITUS NARRATIVO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Sociologia (PPGS) da Universidade Federal de
Pernambuco (UFPE), como requisito parcial para a
obtenção do grau de Doutor em Sociologia
Área de concentração: Sociologia da Cultura

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Lília Maria Junqueira

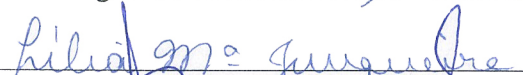
Recife
2010

Ata da Sessão de Defesa de Tese de **JOSÉ AUGUSTO AMORIM GUILHERME DA SILVA**, do Curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Pernambuco.

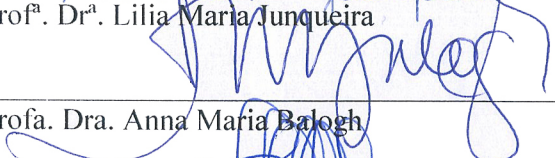
Aos vinte e quatro dias do mês de fevereiro de 2010, reuniram-se na Sala de Seminários do 12º andar do prédio do Centro de Filosofia e Ciências Humanas, os membros da comissão designada para o Exame da Tese de Doutorado de **JOSÉ AUGUSTO AMORIM GUILHERME DA SILVA** sob o título ***SENTIDO E VALORAÇÃO NAS PRÁTICAS E NO DISCURSO DO ESPECTADOR SOBRE O CINEMA BRASILEIRO: ESTUDO SOBRE O SUBCAMPO DO CINEMA E SEU HABITUS NARRATIVO***. A comissão foi composta pelos professores: **Profª. Drª. Lilia Maria Junqueira - Presidente/Orientadora; Profa. Dra. Anna Maria Balogh – Titular Externa (PPGCom/UNIP), Prof. Dr. João Emanuel Evangelista de Oliveira – Titular Externo (UFRN), Profª. Drª. Eliane Veras Soares – Titular Interna (PPGS/UFPE), Prof. Dr. Paulo Marcondes Ferreira Soares – Titular Interno (PPGS/UFPE)**. Dando início aos trabalhos, a **Profª. Drª. Lilia Maria Junqueira** explicou aos presentes o objetivo da reunião, dando-lhes ciência da regulamentação pertinente. Em seguida, passou a palavra ao autor da Tese para que apresentasse o seu trabalho. Após essa apresentação, cada membro da Comissão fez sua argüição, seguindo-se a defesa do candidato. Ao final da defesa, a Comissão Examinadora retirou-se, para em secreto deliberar sobre o trabalho apresentado. Ao retornarem a **Profª. Drª. Lilia Maria Junqueira**, presidente da mesa e orientadora do candidato, solicitou que fosse feita a leitura da presente Ata, com a decisão da Comissão Examinadora **aprovando a Tese por unanimidade**. E nada mais havendo a tratar, foi lavrada a presente ata, que vai assinada pelos membros da Comissão Examinadora e pelo candidato. Recife, 24 de fevereiro de 2010.



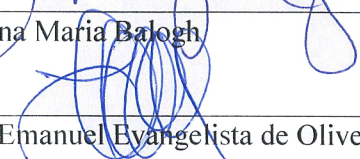
Vinicius Douglas da Silva Nascimento – Secretário



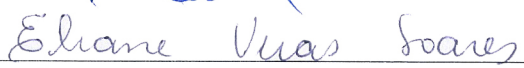
Profª. Drª. Lilia Maria Junqueira



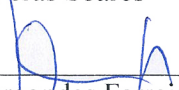
Profa. Dra. Anna Maria Balogh



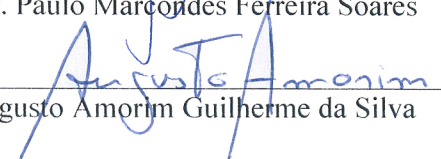
Prof. Dr. João Emanuel Evangelista de Oliveira



Profª. Drª. Eliane Veras Soares



Prof. Dr. Paulo Marcondes Ferreira Soares



José Augusto Amorim Guilherme da Silva

Dedico este trabalho

À minha mãe Benélia, com quem compartilho a paixão pelos filmes, que desde a mais remota lembrança nos acompanham em inúmeras sessões vida afora e em noites insones.

A meu pai José Guilherme, por ter me orientado na busca do conhecimento e no estudo como única possibilidade ética de crescimento pessoal e profissional.

A ambos, pelo solidário apoio nas horas difíceis e pelo amor dedicado a mim e aos meus irmãos ao longo de todos estes anos em que formamos uma família.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que direta ou indiretamente apoiaram e contribuíram para a realização deste trabalho e especialmente às seguintes pessoas e organizações:

- À minha orientadora, Professora Doutora Lília Maria Junqueira, pela amizade e compreensão, e pela orientação observadora, atenta, desafiadora, generosa e instigante; não apenas no trabalho de orientação, mas também nas três disciplinas por ela ministradas nas quais estive matriculado, e em sua coordenação do Núcleo de Pesquisa em Sociologia e Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Sociologia, cujos debates trouxeram valiosa contribuição para a tese;
- Ao Professor Paulo Marcondes, pelo conhecimento repassado nas discussões reveladoras do grupo de estudos em cinema, coordenado por ele;
- Aos professores Maria Eduarda Rocha, José Carlos Wanderley, Cynthia Hamlin e Jonatas Ferreira, pelas informações contidas nas respectivas disciplinas cursadas; e a todos os mestres e funcionários do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPE,
- Aos sete espectadores F., S., A., V., F., M. e H., pela atenção a mim concedida nas longas horas de gravação das entrevistas em profundidade que renderam material de grande importância para a tese;
- À equipe que aplicou os 300 longos questionários no *hall* do Cinema da Fundação: Anna Terra Oliveira, Breno Bittencourt, Daniela Holanda, Laura Veras, Solange Holanda e Renato Feitosa;
- A Ricardo Zimmerle da Nóbrega, Gerson Marques dos Santos e Jorge Medeiros de Queiroz, pelo apoio prestado na operação dos programas estatísticos;
- A Ronidalva Melo, Cátia Lubambo, Isolda Belo e Maria do Socorro de Araújo, da Fundação Joaquim Nabuco, e demais colegas de instituição;
- Ao Professor Pierre Lucena, que gentilmente permitiu acesso à pesquisa que coordenou com alunos de graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE);
- Aos amigos, pelo apoio;
- Aos colegas da turma do Doutorado pela troca de experiências ao longo desta trajetória de quatro anos.

“O filme de ficção é o produto típico do cinema universal. Se o repetimos é para sublinhar a evidência dessa verdade e mostrá-la em toda a sua estranheza: o cinema europeu, americano, soviético mesmo, japonês, hindu, sul-americano, egípcio e, muito em breve, negro-americano, sempre se desenvolveu, desenvolve e continuará a desenvolver através de filmes de ficção. A ficção, como o nome indica, não é a realidade, ou melhor, a sua realidade fictícia não é senão a irrealidade imaginária.”

(Edgar Morin)

RESUMO

Esta tese investiga a recepção ao cinema nacional, em geral, sob o ponto de vista de espectadores brasileiros de classes médias, com estudos de casos centrados nos filmes *Central do Brasil* (1998), *Lavoura arcaica* (2001), *Cidade de Deus* (2002) e *Tropa de elite* (2007). Esta recepção espectral é percebida em graus variáveis que oscilam da rejeição à adesão e é explicada a partir da compreensão do contexto sócio-cultural em que a atividade cinematográfica está compreendida como espaço social denominado subcampo do cinema. Espaço este marcado por lutas entre os seus agentes por um recurso escasso (o mercado interno), ocupado majoritariamente pelo cinema hollywoodiano, cuja disposição geral do habitus narrativo orienta grande parte das ações dos agentes envolvidos nesse campo profissional.

A sustentação teórica do estudo busca na teoria praxiológica, sobretudo nos conceitos de campo e habitus, de Pierre Bourdieu, e na teoria disposicionalista, com o conceito de disposições individuais, de Bernard Lahire, os alicerces para a compreensão da espectralidade como fenômeno social. Desta maneira, o processo espectral é analisado sob a ótica da lógica macro-estrutural do campo da indústria cultural, ao qual o subcampo do cinema está fortemente vinculado, e também a partir dos processos individuais que balizam a adesão ou a rejeição aos filmes na complexa variedade de estéticas e gêneros que configuram o cinema. Assim, o estatuto (e o princípio) do habitus narrativo como disposição geral é o que determina em larga escala a produção cinematográfica, embora as dissonâncias, ainda que minoritárias, existam e permaneçam vivas no interior do subcampo, fomentando uma co-existência do cinema como expressão artística, para além de produto cultural.

No caso do subcampo do cinema no Brasil, percebe-se a existência de ciclos de filmes de gênero, cujo objetivo é produzir filmes de padrão narrativo mais alinhado com as demandas de mercado, como é o caso dos filmes produzidos e/ou distribuídos pela Globo Filmes. Tais ciclos são adaptações ao habitus narrativo que objetivam uma presença perene no mercado nacional e que permitam a continuidade da produção de filmes. Esse novo ciclo tenta acomodar, uma vez mais, o fundamento clássico da narrativa cinematográfica aos conteúdos culturais nacionais. Trata-se de um movimento no interior do subcampo do cinema, que se estende de maneira horizontal, atingindo não apenas o cinema brasileiro, mas igualmente os cinemas latino-americanos e até o cinema europeu.

Para alcançar tais resultados, o estudo está fundamentado em metodologia quantitativa e qualitativa, que inclui entrevistas em profundidade e aplicação de questionário estruturado a espectadores de cinema, observação em campo nas salas de cinema da cidade, utilização de dados estatísticos e quantitativos de pesquisas variadas sobre dados conjunturais do cinema brasileiro, além de vasta pesquisa teórica e histórica sobre a formação do subcampo do cinema no Brasil.

Palavras-chave: Subcampo do cinema. Espectralidade. Indústria cinematográfica.

ABSTRACT

This thesis investigates the reception of Brazilian cinema in general, from the point of view of the Brazilian audience from the middle classes, with case studies focusing on the films *Central station* (1998), *To the left of the father* (2001), *City of God* (2002) and *Elite squad* (2007). This spectatorial reception is perceived in variable degrees ranging from rejection to adhesion and is explained through an understanding of the socio-cultural context in which the film activity is understood as a social space called subfield of cinema. A space marked by fights between their agents for a scarce resource (the domestic market), mainly occupied by the Hollywood cinema, of which the general layout of the narrative habitus directs most of the actions of the agents involved in this professional field.

The theoretical framework of the study aims at praxeological theory, especially the concepts of field and habitus of Pierre Bourdieu, and the dispositional theory, with the concept of individual dispositions of Bernard Lahire, the foundation for the understanding of the spectatorship as a social phenomenon. Therefore, the spectatorial process is analyzed from the perspective of the macro-structural logic of the field of cultural industry, to which the subfield of cinema is tightly bound, and also from individual processes that mark the adhesion to or rejection of the films in the complex variety of aesthetics and genres that make up the cinema. Thus, the statute (and the principle) of the narrative habitus as a general disposition is what determines in large scale the film production, although the dissonances, though minority, remain living within the subfield, fomenting a co-existence of cinema as artistic expression, besides the cultural product.

In the subfield of cinema in Brazil, we see the existence of cycles of genre films, of which aim is to produce films that have narrative pattern more in line with market demands, as is the case of the films produced and/or distributed by Globo Filmes. Such cycles are adapted to the narrative habitus aiming a perennial presence in the national market and allow the continued production of films. This new cycle tries to accommodate, once again, the classical foundation of film narrative to the national cultural contents. This is a movement within the subfield of cinema, which extends in a horizontal way, affecting not only the Brazilian cinema, but also Latin American and even European cinema.

To achieve these results, the study is based on quantitative and qualitative methodology, which includes in-depth interviews and the application of structured questionnaire to moviegoers, field observation in the movie theaters of the city, using statistic and quantitative data from diverse researches on the conjuncture of Brazilian cinema, besides an extensive theoretical and historical research on the formation of the subfield of cinema in Brazil.

Keywords: Subfield of cinema. Spectatorship. Film industry.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 Esquema teórico de Bourdieu: relação campo / socialização / habitus.....	34
QUADRO 2 As narrativas cinematográficas dos filmes de longa-metragem e a sua inserção no subcampo do cinema.....	121
QUADRO 3 Classificação dos filmes segundo o grau de narratividade.....	122
QUADRO 4 Classificação narrativa dos filmes.....	122
QUADRO 5 Tipologia de espectadores.....	166
QUADRO 6 Os ciclos do cinema brasileiro segundo os níveis de adesão, indiferença e rejeição.....	171
QUADRO 7 Processo de recepção engendrado pelo espectador.....	191
QUADRO 8 Ranking dos filmes mais vistos pelos entrevistados.....	217
QUADRO 9 Ranking dos filmes por notas atribuídas pelos entrevistados.....	218
QUADRO 10 Ranking da Retomada (por renda).....	223
QUADRO 11 Notas atribuídas ao filme são classificadas em conceitos.....	246
QUADRO 12 Distribuição das notas atribuídas ao filme <i>Lavoura arcaica</i>	247
QUADRO 13 Comentários de espectadores sobre o filme <i>Lavoura arcaica</i>	249
QUADRO 14 Localização dos filmes na escala narrativa.....	270
QUADRO 15 Tipologia de espectadores em relação ao cinema nacional.....	320
QUADRO 16 Maiores mercados de cinema, em renda (em milhões de US\$).....	350
QUADRO 17 Ingressos mais caros (em US\$).....	350
QUADRO 18 Maiores mercados de cinema, em público pagante (em milhões).....	351
QUADRO 19 Maiores mercados de cinema, em número de salas de exibição.....	351
QUADRO 20 Melhor relação de número de habitantes por sala.....	352
QUADRO 21 Maiores públicos para filmes nacionais locais (em percentual).....	352

SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS.....	08
INTRODUÇÃO.....	10
PARTE I Campo, habitus e cinema: referencial teórico e metodologia.....	22
1 Referencial teórico principal: categorias e conceitos.....	23
2 Referencial teórico de apoio: as disposições.....	52
3 Aplicação do conceito de campo à realidade do cinema.....	61
4 Aspectos metodológicos.....	68
PARTE II Breve história social do cinema.....	71
1 A lógica da indústria cultural no subcampo do cinema norte-americano.....	72
2 Formação do subcampo do cinema.....	82
3 Formação do habitus narrativo.....	97
PARTE III O cinema no Brasil na segunda metade do século XX.....	123
1 A realidade social do subcampo no Brasil: doxa e ciclos de produção.....	124
2 A estrutura do subcampo do cinema no Brasil.....	148
PARTE IV A espetatorialidade.....	174
1 O habitus narrativo da produção e o habitus da recepção.....	175
2 A recepção espetatorial no cinema.....	188
3 A espetatorialidade alternativa e distintiva.....	203
PARTE V A recepção ao cinema brasileiro da retomada.....	220
1 Espectadores e a produção contemporânea do subcampo.....	221
2 A representação do Brasil rural, do interior e sertão.....	234
PARTE VI Classe social e narrativas: o cinema nacional visto pela classe média.....	271
1 Os filmes <i>Central do Brasil</i> , <i>Lavoura arcaica</i> , <i>Cidade de Deus</i> e <i>Tropa de elite</i> na percepção de sete agentes de classes médias.....	272
2 Considerações sobre o diálogo dos filmes com os espectadores a partir dos seus aspectos narrativos.....	306
CONSIDERAÇÕES FINAIS	321
REFERÊNCIAS.....	336
ANEXOS.....	350

INTRODUÇÃO

O objetivo geral desta tese é conhecer, através da fala e da prática cultural espectral os sentidos e as valorações atribuídos pelos espectadores ao cinema brasileiro, sobretudo a partir do período conhecido como retomada, ocorrido em 1995, com ênfase nas produções *Central do Brasil* (Walter Salles, 1998), *Lavoura arcaica* (Luiz Fernando Carvalho, 2001), *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles, 2002) e *Tropa de Elite* (José Padilha, 2007). A recepção a estes filmes é destacada porque se trata de produções contemporâneas que estetizam diversas representações de Brasil, a partir de temas sociais recorrentes no cinema nacional a partir da segunda metade do século XX - o sertão e a favela -, além de serem paradigmáticos da relação do público espectador brasileiro com o cinema nacional seja pelo viés da adesão ou pelo da rejeição.

Como objetivos específicos relacionados à discussão geral, pretendem-se investigar se o espectador se identifica com as representações de Brasil propostas pelos filmes relacionados, despertando processos de construção identitária; relacionar aspectos gerais do processo de recepção espectral que permitam orientar políticas culturais voltadas para o mercado cinematográfico brasileiro; e contextualizar os diversos perfis e tipologias de agentes espectadores na ambiência sócio-cultural do processo receptivo, qualificando esse perfil a partir da resposta de consumo e identificando preferências estéticas.

Desta forma, a questão sociológica que se coloca, na tese, diz respeito à razão pela qual, no Brasil, os agentes sociais, ao tempo em que incorporam a atividade espectral cinematográfica como prática cultural relativamente cotidiana, demonstram, de um modo geral, baixa adesão aos filmes brasileiros. Ao mesmo tempo em que outras narrativas cinematográficas, especialmente aquelas de procedência norte-americana, alcançam alta adesão do espectador brasileiro em detrimento do produto nacional. A consequência dessa relação de força entre um e outro cinema é que o espectador brasileiro é um agente consumidor de conteúdos que, em princípio, seriam culturalmente distanciados de suas realidades sociais.

Para além da importante questão relativa à prática espectral, torna-se necessário estender o foco da observação, a partir do objeto de estudo (o espectador ou a

espectatorialidade - palavra traduzida da língua inglesa, *spectatorship*), em direção ao sistema que o contém, suas estruturas e conjunturas. O agente espectador e a prática espectatorial estão inseridos nessa realidade sistêmica, que se realiza em determinado contexto sócio-cultural. Partindo da perspectiva macro-estrutural e temporal, é possível chegar aos aspectos subjetivos do espectador e sociais que envolvem tal prática no mundo contemporâneo, permitindo que se compreendam as motivações e os desdobramentos dessas práticas, incluindo as adesões e rejeições, além do discurso que se articula sobre o cinema brasileiro. Esta é a questão sociológica que lastreia o presente trabalho.

A prática cultural espectatorial é compreendida como experiência subjetiva socialmente condicionada, resultado de longo processo, que inclui a socialização por meio da família, da escola e das trajetórias pessoais e individuais, no campo profissional e nas relações interpessoais. Assim, a relação do agente com a mensagem midiática (e, por extensão, com a mensagem cinematográfica) é plural. O agente não é isolado do seu contexto social, não está sendo exposto àquela mensagem num momento zero. Pelo contrário, o agente social está em permanente contato com uma infinidade de mensagens, todas repercutindo distinta e concorrentemente entre si. De um modo geral, sabe-se (e compreende-se) pouco sobre a recepção de mensagens midiáticas, sobretudo no que concerne às adesões / identificações e recusas / rejeições delas.

Do ponto de vista teórico-metodológico, torna-se mais relevante compreender a experiência de exposição a variadas mensagens do que apenas mensurar influência e efeitos das mensagens sobre os agentes. As mensagens oriundas da mídia, em sentido amplo, são parte considerável do processo de socialização, tal a intensidade e o tempo com que se convive com essa instituição, ao longo das trajetórias sociais dos agentes. A experiência do agente socializado em uma realidade na qual as mídias ocupam espaço considerável em seu cotidiano é questão importante para a sociologia, especialmente para a sociologia da comunicação.

Ao longo dos capítulos da tese, três questões de pesquisa se apresentam recorrentemente:

Questão 1: O que o espectador espera do cinema brasileiro e que lugar o filme nacional ocupa no seu imaginário;

Questão 2: Quais sentidos e significados os espectadores atribuem às produções nacionais, especialmente quanto às representações de Brasil propostas pelos filmes nacionais;

Questão 3: Há indícios de distinção social entre os agentes espectadores no ato de valorar certas tendências estéticas contemporâneas da produção nacional.

Quanto à **questão 1**, a pesquisa teórica e empírica realizada indica que o cinema nacional, de forma geral, ocupa pouco espaço no imaginário coletivo dos espectadores, decorrente de um desconhecimento sobre a tradição cinematográfica brasileira e / ou em virtude da associação do cinema nacional com “cinema de má qualidade técnica e artística”, na visão dos espectadores. No entanto, contemporaneamente, esse espectador lentamente altera essa percepção negativa, assumindo alguma adesão à parte da atual produção nacional, sobretudo àquela produção da Globo Filmes, estruturada por aparato consideravelmente aparato industrial e comercial, incluindo marketing e publicidade, com vinculação de distribuição por meio das *majors* grandes empresas distribuidoras internacionais e já exibida nos circuitos de salas múltiplas de centros comerciais. Esta vertente de cinema nacional, progressivamente, agrada a segmentos dos espectadores brasileiros de classes médias, acostumados às narrativas televisuais. Assim, os espectadores, em sua maioria, esperam do cinema nacional filmes mais comerciais.

Quanto à **questão 2**, em um passado anterior ao período da retomada do cinema brasileiro, em 1995, prevalecia o senso comum entre os espectadores de que filme brasileiro era “só pornochanchada” ou se propunha a mostrar a “miséria nacional”, quase sempre abordada de forma pretensiosa por seus cineastas intelectuais pertencentes às classes médias, que não se preocupavam com questões de qualidade técnica, porque eram sempre subsidiados com dinheiro público. Tal percepção extremamente negativa sobre o cinema nacional vem progressivamente sendo alterada, porque praticamente não se produz mais filmes eróticos / pornográficos no cinema comercial brasileiro. Também está provado que filmes com enfoque temático em “pobreza e violência” podem sim agradar aos públicos de classes médias, como é o caso de *Central do Brasil* (1998), *Cidade de Deus* (2002) e *Tropa de elite*

(2002), sob certas condições. O que faz acreditar que não é a temática que assusta os espectadores, mas sim a forma, a narrativa, pois quanto mais aproximado a um padrão de linguagem reconhecível pelos espectadores, mais esses filmes (mesmo com enfoque em pobreza e violência) terão melhores níveis de adesão.

Quanto à **questão 3**, é possível identificar grupos distintos de espectadores brasileiros em relação ao cinema nacional, mesmo considerando o universo de classes médias: um primeiro grupo é formado por uma maioria de espectadores que adere à produção esteticamente comercial, vinculada à Globo Filmes e que pode ser apresentado com um perfil de público espectador mais interessado em cinema como entretenimento e lazer. Um segundo grupo de espectadores, que embora percebendo os filmes como entretenimento e lazer, atribui valoração de “expressão artística” ao cinema alternativo ao padrão comercial majoritário.

Certamente, trata-se de um público de espectadores oriundos de uma classe média que têm acesso à informação mais aprofundada sobre correntes estéticas, cineastas, distinção entre propostas de filmes comerciais de filmes independentes etc. É um segmento de espectadores que reconhece algo além do cinema comercial de padrão hollywoodiano e do padrão nacional da Globo Filmes, associado às *majors* internacionais. E, eventualmente, é um público espectador freqüentador de espaços de exibição alternativos, como o Cinema da Fundação, no Recife, ainda que frequentemente seja mais assíduo das salas multiplexes dos centros comerciais, dada a pouca oferta de espaços alternativos na cidade do Recife.

Neste sentido, aparece determinado cinema brasileiro “independente” (do padrão Globo, mas não do incentivo do Estado), reconhecível por uma minoria de espectadores, mais interessado em cinema como “expressão artística” e que consegue acessar e dialogar com um filme autoral como *Lavoura arcaica* (2001), não por coincidência exibido restritamente no Recife no Cinema da Fundação. Há, então, um padrão de distinção social entre espectadores identificado não exatamente pelo caráter econômico-financeiro dos segmentos de classes a que pertencem, mas sim ao capital cultural individual de cada um desses

membros das classes médias, configurando-se o que na tese é nomeado de espectadorialidade distintiva.

Em função dessas questões, é possível confirmar algumas hipóteses, a partir da observação e análise do estudo da retomada do cinema nacional, a partir do ano de 1995:

- Em geral, o espectador brasileiro permanece assistindo a poucos filmes nacionais porque ainda se identifica mais com o apelo estético e as temáticas do cinema narrativo produzido em Hollywood, embora deva ser ressaltado que a pouca distribuição e exibição dos filmes brasileiros nas salas de cinema, ou seja uma questão estrutural e conjuntural, agrave esse problema do distanciamento entre produção nacional e público brasileiro.
- Em geral, o espectador nacional já reconhece méritos técnico-artísticos nos filmes brasileiros, provavelmente mais do que em épocas passadas.
- Em geral, as representações de Brasil propostas pelos filmes brasileiros focadas em temáticas de pobreza e violência progressivamente estão sendo percebidas pelo público como uma necessidade de se “mostrar a realidade nacional”, embora essa abordagem deva estar sempre aproximada ao padrão narrativo reconhecível (convencional) pelo público.
- Finalmente, o brasileiro ainda não considera o cinema brasileiro como referência forte no seu imaginário de espectador, pois, na atualidade, “cinema”, como gênero, ainda é um quase sinônimo da espécie “cinema norte-americano”.

Por questões relacionadas ao recorte do objeto de estudo, a tese contempla a análise da prática do espectador em relação ao cinema restrito à ambiência da sala de exibição pública comercial, seja do grande circuito, seja o da exibição em salas alternativas, nomeadas pelo senso comum como cinema de arte. Sendo assim, a assistência a filmes brasileiros e/ou estrangeiros em ambiente doméstico (TV, DVD, Internet) está excluída da pesquisa, embora apareça como informação complementar em um ou outro momento do estudo. A prática espectadorial em ambiente doméstico é pesquisa potencialmente derivada desta, mas com pressupostos teórico-metodológicos diferentes daqueles planejados para a pesquisa em tela.

Assim, o recorte da pesquisa privilegia exclusivamente os filmes de ficção de longa-metragem, por se tratar do produto audiovisual de relevante inserção mercadológica, excluindo o gênero documentário (de longa e curta-metragem) e o formato de curta-metragem (ficção e animação), respectivamente produtos com pouca ou nenhuma presença comercial no mercado exibidor, além dos filmes destinados ao público infantil, grupo de agentes excluído da pesquisa, uma vez que demanda pesquisa específica.

O agente pertencente às classes médias é basicamente o espectador abordado nesta tese em razão de singela justificativa: na realidade sócio-econômica brasileira, é o agente social com possibilidades financeiras de manter essa prática cultural como relativamente cotidiana. Assim, os entrevistados nas etapas da pesquisa de campo e os dados qualitativos e quantitativos apresentados dizem respeito a esses agentes que, efetivamente, freqüentam o cinema e fazem disso um aspecto de seu cotidiano. Sabe-se que, pelo menos na realidade brasileira, este é o perfil do espectador nacional, embora, ao longo da existência do cinema, nem sempre tenha sido assim, conforme é demonstrado ao longo da tese. Antes do advento da TV, esse espectador era facilmente identificado como também pertencente às classes populares.

Segundo dados das pesquisas *Hábitos de consumo no mercado de entretenimento* e *Projeto Cinema – Dados qualitativos*, patrocinada pelo Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do Rio de Janeiro, em 2008 e realizada pelo Instituto Datafolha, o Brasil tem cerca de 190 milhões de habitantes, mas apenas 16,8 milhões de ingressos foram vendidos nas bilheterias dos cinemas em 2007, ou seja, menos de 10% da população tem acesso à prática espectral. Nesse sentido, o agente das classes médias é o espectador de cinema no Brasil, o que faz com que se atribua à prática espectral o status de atividade quase exclusiva de uma elite econômica e intelectual, no contexto contemporâneo da realidade sócio-econômica brasileira.

A tese está estruturada em seis partes, além de introdução, conclusão e anexos. As partes I, II e III abordam os aspectos sistêmicos, estruturais, conjunturais e institucionais do cinema.

As partes IV, V e VI são, preferencialmente direcionadas à análise dos aspectos espectatoriais em relação ao cinema e a certos filmes em particular.

Na seção 1 da parte I situam-se o referencial teórico principal – a teoria praxiológica de Pierre Bourdieu -, através dos conceitos de campo, habitus, basilares para a sustentação do argumento principal do trabalho, além de outros conceitos relacionados como doxa, consumo, gosto e estilo de vida, boa vontade cultural, distinção social e intenção expressiva da subjetividade e capital cultural. Ao longo da tese estes conceitos e categorias de análise são explicitados ora para a elucidação da realidade social do cinema como sistema e estrutura ora para reconhecer e analisar os comportamentos subjetivos dos espectadores. Ainda na seção 1 faz-se alusão à aplicação, pelo próprio Pierre Bourdieu, do conceito de campo ao universo artístico, como dispositivo de paralelismo e correlação com o cinema.

Na seção 2 da parte I, surge a teoria disposicionalista de Bernard Lahire, simultaneamente, como crítica e complemento à teoria praxiológica de Bourdieu, com ênfase nos aspectos relacionados às práticas culturais e a recepção de produtos culturais. Além desta, a perspectiva teórica dos estudos culturais entra como apoio para algumas das questões desenvolvidas na tese, sobretudo àquelas que dizem respeito à realidade do cinema latino-americano, tópico desenvolvido na Parte II. A seção 3 da parte I trata da aplicação do conceito de campo à realidade do cinema, estabelecendo a noção de subcampo do cinema, a partir da lógica da indústria cultural. Finalmente, a seção 4 da parte I explicita os princípios metodológicos aplicados nesta pesquisa.

A parte II contempla uma breve história social do cinema. Na seção 1, compreende-se a lógica mercadológica e simbólica do subcampo do cinema nos Estados Unidos e suas repercussões transnacionais. A seção 2 narra a formação do subcampo do cinema no contexto da modernidade do século XX, reconhecendo fases e passagens relevantes na formação de um subcampo, sob o ponto de vista do contexto espaço-temporal. A seção 3 deslinda como o habitus dominante no campo – o naturalismo hollywoodiano - foi estabelecido, situando linguagens e narrativas de cinema que reforçaram a formação desse habitus e outras que a este se contrapuseram, sobretudo as escolas estéticas européias.

A parte III aborda, na seção 1, a realidade sócio-histórica do subcampo do cinema no Brasil na segunda metade do século XX, enfatizando a tradição não-industrial, os ciclos (doxas) de produção cinematográfica nacional. A seção 2 apresenta a estrutura do subcampo do cinema no Brasil contemporâneo, identificando os agentes e suas posições, com as lutas simbólicas empreendidas no seu interior, além de quadro que resume a adesão / rejeição dos agentes espectadores em relação aos ciclos de cinema.

A parte IV destaca a espetatorialidade. A seção 1 explica a correlação entre o habitus narrativo da produção e o da recepção, por meio do que Néstor Canclini nomeia como “a americanização dos espectadores”, além de conter uma análise da experiência subjetiva da espetatorialidade, através das práticas culturais distintivas com relação aos espaços de frequência (o cinema do shopping e o cinema alternativo), que atendem, respectivamente, a gostos e expectativas médias (entretenimento) ou a expectativas de elevação estética. A seção 2 apresenta os esquemas de recepção do filme, engendrados pelo espectador, enquanto a seção 3 discute a espetatorialidade distinta e distintiva, a partir da experiência de espaços alternativos de exibição de filmes, como o Cinema da Fundação, onde o Estado exerce o papel de mediador, agenciando a “formação de platéia” no subcampo.

A parte V, na seção 1, analisa a recepção ao cinema brasileiro contemporâneo, apresentando dados sobre o consumo de filmes nacionais. A seção 2 particulariza a análise, centrando-se em estudos de caso a respeito de quatro filmes brasileiros que sugerem uma representação de Brasil urbano (*Cidade de Deus* e *Tropa de elite*), Brasil urbano e rural (*Central do Brasil*) e Brasil rural (*Lavoura arcaica*). Sobre este último há maior volume e diversidade de dados quantitativos em relação aos outros três porque o filme foi objeto de pesquisa de recepção na pesquisa “Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual - A experiência do Cinema da Fundação”, realizada na Fundação Joaquim Nabuco (FUNDAJ), em 2005, e coordenada pelo autor desta tese.

A parte VI, na seção 1, compreende a descrição de sete perfis de espectadores e sua relação com o cinema e os filmes nacionais. Procura-se identificar as motivações das adesões e

rejeições ao cinema nacional, por meio da compreensão do pertencimento social dos entrevistados. A seção 2 tece considerações sobre o diálogo dos espectadores em relação aos filmes citados.

Uma das principais referências da sociologia da cultura, o aparato teórico construído por Pierre Bourdieu possibilita o desenvolvimento de noções teóricas como campo, habitus, poder simbólico, distinção social, capital cultural, violência simbólica, entre outros, que permitem a compreensão das estruturas e das relações sociais na modernidade ocidental. Embora seja árdua a tarefa de transpor suas noções teóricas para as realidades fora do seu contexto original, sobretudo para as realidades latino-americanas, cuja configuração social obedece, muitas vezes, a lógicas próprias, o alto poder descritivo e explicativo de tais conceitos teóricos permite adequá-los às realidades aparentemente tão distantes da originariamente pensada pelo autor, como a realidade social do campo da indústria cultural e do subcampo do cinema no Brasil.

Por ser um autor de síntese, que equilibra a importância dos pólos da agência e da estrutura na definição dos padrões de comportamento do agente, os conceitos de Pierre Bourdieu se apresentam como aqueles com melhor adequação à pesquisa desenvolvida na tese, justamente porque a prática espectral e os sentidos que o espectador atribui aos filmes são decorrentes do capital cultural acumulado na sua trajetória social, inclusive aquilo que internalizou na família, escola, campo profissional e em suas inter-relações com outros agentes. Essa realidade das práticas culturais é igualmente relevante no universo do autor.

Para Bourdieu, o campo social é um espaço relacional, no qual os agentes se distinguem de acordo com os seus valores e o seu capital cultural, que são incorporados por meio da formação familiar, do aprendizado escolar ou das relações que são estabelecidas ao longo do tempo com outros agentes. Todo campo é também classificatório e distintivo. O campo compreende tensões e disputas entre grupos sociais que instituem espaços com autonomia relativa e regras próprias. O campo é um conceito que permite lidar ao mesmo tempo com estruturas materiais da sociedade – as organizações – e com o conjunto de valores que as sustentam – as instituições. O campo é um espaço definido por suas próprias leis de

funcionamento e relações de força. Cada campo é relativamente autônomo, embora entre os diversos campos (econômico, educacional, político, cultural etc.) exista uma homologia estrutural.

A noção de campo admite a hegemonia e, por extensão, o conflito e a luta pelo poder, apesar de, em muitos contextos, haver certa aparência de homogeneidade, consequência do senso comum compartilhado, instituído certamente a partir de uma disputa que gerou uma hegemonia. Contra o determinismo das análises estruturalistas, que reduzem a figura do agente a apenas um reprodutor da estrutura, Bourdieu acredita na possibilidade de considerar o agente como operador prático de construções do objeto.

O habitus é o princípio gerador das disposições que orientam as práticas cotidianas e explica como os tipos de socialização informal e formal definem os modos de perceber o mundo, atribuindo sentido e significado, de acordo com a perspectiva gerada pelo sistema de posições nos quais o indivíduo está situado no interior dos campos a que pertence. O habitus seria, então, uma disposição adquirida, podendo ser individual (a trajetória pessoal) e de grupo, quando das condições simbólicas compartilhadas. O habitus pertence a uma esfera mais fluida e menos demarcada, na medida em que, segundo Bourdieu, será também passível de assimilação e incorporação de novas práticas sociais, conjugando simultaneamente regras e improvisações, que darão margem às mudanças.

Em cada uma das esferas do subcampo cinematográfico (produção, distribuição, exibição e consumo de bens simbólicos), há diversos interesses em jogo, muitos deles contraditórios e divergentes, gerados pelo caráter de competitividade que existe inerente à atividade cinematográfica. No caso do Brasil, existe a competição desigual com o produto norte-americano hegemônico, que costuma ocupar o mercado nacional, não deixando muito espaço para o filme nacional ser (re) conhecido pelo espectador. Há, como se observa, uma constante luta entre os diversos agentes do subcampo do cinema, o que define a questão do mercado como fundamental para o entendimento da relação do espectador com o filme brasileiro. Assim, a noção do cinema como um campo específico de relações sociais, nos

quais o espectador ocupa posição de relevância, mostra como é adequada a inserção de conceitos de Pierre Bourdieu à realidade da atividade cinematográfica no Brasil.

Finalmente, esta tese procurou, ao longo de seus seis capítulos, introdução e considerações finais, responder à pergunta principal da pesquisa: para onde caminha a relação entre a produção cinematográfica brasileira de longa-metragem de ficção e o público espectador a que esta se destina. Algumas das respostas foram relacionadas nesta introdução na apresentação das três principais questões norteadoras do estudo e nas hipóteses levantadas que foram confirmadas, conforme apresentadas e descritas anteriormente.

Este estudo, ao final da tese, na parte das considerações finais, aponta para novas questões que surgiram no processamento da pesquisa e que diziam respeito não apenas a relação do cinema nacional com o seu mercado interno, mas, sobretudo, à influência que as novas tecnologias de produção, distribuição e exibição terão sobre o subcampo do cinema transnacional e que repercutirão diretamente na expressão do cinema no Brasil. Apenas esta questão seria suficiente para a formulação de uma nova tese de doutorado ou quem sabe de um estudo para um pós-doutorado.

Outro aspecto levantado durante a pesquisa dizia respeito sobre a adequação de um modelo econômico no qual o Estado é um agente de intervenção reguladora desse mercado interno, favorecendo e incentivando o aparecimento de espaços alternativos de exibição cinematográfica (públicos e/ou privados) que privilegiem o cinema nacional e o cinema não-hollywoodiano, este já bastante presente no âmbito da iniciativa privada. A experiência pública do Cinema da Fundação entrou nesta tese com o objetivo de ocupar parte do espaço dessa discussão, mas uma série de espaços e iniciativas alternativas de exibição do filme nacional e não-hollywoodiano está sendo vivenciadas em todo o país.

1 Referencial teórico principal: categorias e conceitos

1.1 Teoria praxiológica

O sociólogo Pierre Bourdieu é referência importante no âmbito da sociologia da cultura já há algum tempo, mas também emerge com bastante frequência entre aqueles pesquisadores que dirigem suas pesquisas para o estabelecimento de um campo de estudo ainda mais específico dentro da sociologia da cultura: a sociologia do consumo. A explicação para isso é simples: Bourdieu trata da estilização da vida, entendida como o conjunto de preferências distintivas que os agentes sociais manifestam para expressar os seus gostos, objetivando, com isso, a individualização desse gosto, sobretudo no que diz respeito aos usos dos bens materiais e simbólicos.

Defende Bourdieu a tese de que a teoria social não deve ter foco específico nem na objetividade nem na subjetividade, isoladamente, mas sim na reflexividade social e individual dos agentes sociais. A pergunta que o autor faz é: qual o grau de consciência dos agentes e dos grupos de agentes? Para Bourdieu, o agente possui grau razoável de liberdade e criatividade, mas não se autodetermina completamente. Assim, sua ação não pode ser interpretada como totalmente irrefletida ou inteiramente calculada. Com essa perspectiva, o autor francês realiza a síntese de pensadores da tradição sociológica¹, superando suas perspectivas e buscando a explicação da complexidade dos objetos.

Na relação entre objetividade e subjetividade, o autor posiciona as noções de “estruturas estruturadas” como sendo a dinâmica da reprodução social e cultural; e “estruturas estruturantes” como sendo a dinâmica operativa de processos de mudança. O campo é o espaço onde predominam as estruturas estruturadas, enquanto o habitus gerado por esse campo funciona como espaço mais flexível, de estruturas estruturantes - algo dado e, ao mesmo tempo, em processo de mudança.

¹ Bourdieu estabeleceu um diálogo com a obra de Karl Marx, Emile Durkheim e Max Weber, este através do conceito de *ethos*, correlacionado ao habitus, mas ampliando para dar conta das distinções sociais.

O posicionamento teórico de Pierre Bourdieu, que sedimentou as noções gerais de campos sociais e habitus, dimensiona de forma equilibrada a importância do objetivismo. Ou seja, a relevância que as estruturas sociais possuem na configuração do universo social, influenciando a ação dos agentes de maneira considerável. Para Bourdieu, está posto que exista uma margem de atuação para que os agentes a partir de suas posições nos diversos campos sociais a que pertencem possam agir de forma relativamente autônoma no universo social de pertencimento. Ao acreditar na síntese das perspectivas objetivista e subjetivista, e principalmente na idéia de um habitus individual, Bourdieu rejeita a noção de subjetividade coletiva, sendo a dialética entre agência e estrutura fundamental para equacionar a realidade social como objeto de estudo.

O aspecto essencial para Pierre Bourdieu é demonstrar a conjugação dos aspectos objetivos da realidade social com as formas de significação e ação por parte dos agentes sociais, inseridos ou não em coletividades. Assim, a noção de habitus é o elemento que relaciona as práticas cotidianas dos agentes às suas condições de classe em uma dada realidade de estrutura social.

O movimento em direção à síntese das perspectivas metodológicas que contemplam ora o objetivismo ora o subjetivismo marca o trabalho teórico do sociólogo francês, detendo-se ele exatamente na relação que se cria entre a sociedade e o agente. Em outras palavras deseja o autor saber se a estrutura social é suficiente para definir o comportamento de seus agentes ou se, pelo contrário, há liberdade criativa na agência humana.

Na sua obra, Bourdieu relativiza a importância dos dois pólos (agência e estrutura), mas com tendência a considerar o peso da estrutura como elemento de vários condicionamentos para a existência da agência, creditando a esta uma razoável possibilidade de mudanças em seu habitus originário, perfazendo, assim, o aspecto criativo da agência.

Campo e habitus

No desenvolvimento da teoria geral dos campos sociais, Pierre Bourdieu configura o campo como algo bem aproximado da idéia de sistema, este compreendido como um conjunto de

estruturas com funções definidas que, articuladas, conformam um dado sistema social. O campo é composto por agentes, que por sua vez exercem funções e papéis distintos, ocupando espaços diferenciados no interior dele.

Os campos existem, segundo Bourdieu² (2005, p. 59-73), e se constituem relativamente autônomos no contexto social no qual estão inseridos. Para além da questão estrutural que os define parcialmente, há em seu interior os agentes posicionados em diferentes papéis, atribuições e objetivos que fazem com que o campo adquira movimento, seja na reprodução de suas estruturas seja na lenta alteração das mesmas ao longo do tempo, através da mudança do habitus – outro conceito que se articula com a noção de campo e que empreende função de extrema importância na sua configuração.

No campo relativamente autônomo observam-se lutas empreendidas por agentes sociais que ocupam as diferentes posições dentro dele. As relações entre esses agentes são relações de poder, mensuradas na proporção das posições que cada agente (ou grupo de agentes) ocupam no campo.

Nesse sentido, o campo é o espaço das práticas sociais geradoras de habitus, constituído como uma estrutura estruturada, com forte predisposição para a reprodução: práticas sociais de grupos de agentes contra outros grupos de agentes, onde se manifestam posições de dominação e manutenção de privilégios. Em Bourdieu, a noção de campo está fortemente vinculada ao mundo das profissões. Há campos sociais mais orientados pelas estruturas estruturadas (reprodução) e outros mais orientados pelas estruturas estruturantes (mudança e inovação). De um modo geral, as mudanças no campo são possíveis, embora raras e lentas.

No campo há sempre uma disputa pelo recurso escasso. Alguns agentes são compelidos a adotar a posição de vanguarda e outros de tradição, mas nada impede que o que seja vanguarda torne-se eventualmente a tradição. Bourdieu destaca que existem, no campo,

² BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 8. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

subespaços diferentes e não propriamente classes sociais, em um sentido marxista, pois há sempre a possibilidade potencial de mudança e ascensão. Mas, entre esses espaços subsiste a relação de dominação, de poder simbólico de grupos de agentes sobre outros grupos no interior do campo.

A formação do campo é, para o autor, objeto de análise que deve levar em conta a historicidade e a contextualidade. E todo campo para Bourdieu é classificatório e distintivo. Assim, as classes sociais até existem, mas sempre enquanto consenso (na perspectiva de Durkheim) e não em sentido material e econômico (na perspectiva de Marx). Definitivamente, Bourdieu não indica o viés econômico como o vetor principal de sua análise sobre a realidade social, sendo, nesse sentido, um anti-economicista. Certamente, a posição no campo exerce forte influência na formação de habitus dos agentes que nesses campos atuam e interagem.

Pierre Bourdieu pretendeu conciliar duas perspectivas teóricas (objetivista e subjetivista), antagonizadas, em grande parte, pela sociologia clássica e contemporânea. O arcabouço teórico da sociologia costuma colocar em pólos opostos as estruturas sociais e os agentes. Em um pólo, valoriza a estrutura como referência para validar e orientar o cotidiano e as práticas dos agentes. Em oposição, o segundo pólo atribui mais força no caráter de inovação, criatividade, cálculo e reflexividade presentes na ação dos agentes, a despeito das estruturas sociais vigentes.

O habitus, para Bourdieu, é manifesto simultaneamente e pode ser percebido e classificado como habitus individual e habitus coletivo, ou seja, este segundo diz respeito aos valores, crenças e predisposições da classe social de pertencimento do agente. O habitus é a conexão mais forte com os aspectos estruturalistas, definido pelo autor como uma estrutura estruturada e estruturante, presente mais na ação do agente, mas existente também, ainda que em menor escala, em sua consciência.

O habitus é o elemento que norteia as práticas e ações cotidianas dos agentes sociais, posto na perspectiva de reprodução das estruturas internalizadas pelo agente, mas permitindo a

esse agente algum tipo de criatividade nessa ação. Na definição de Bourdieu, o habitus está relacionado diretamente à ação e à memória social internalizada pelo agente, embora contemple, em menor escala, os aspectos relativos à criatividade e à mudança social. Diz o autor em *O poder simbólico* (p. 31) que o habitus é um conhecimento adquirido e também um haver, um capital, que indica a disposição incorporada, “de um agente em ação”.

Em Bourdieu, o habitus é formado através das principais instituições de socialização dos agentes, sobretudo a família e a escola, que, conjuntamente, formariam aquilo que o autor nomeia de habitus primário, sendo este o mais duradouro, mas não único e nem mesmo imutável. É exatamente no âmbito familiar e escolar que as crenças e valores que norteiam a sua trajetória futura se configuram e dão base para a definição de suas práticas e ações nos processos de socialização. Para Bourdieu, família e escola são espaços de reprodução social e cultural.

A partir do habitus primário e seguindo sua trajetória de vida, os agentes, ao interagirem com outros de distintos campos e realidades sociais, irão desenvolver aquilo que o autor classifica como o habitus secundário, que não se opõe ao habitus primário, mas se conecta a ele porque os agentes levam adiante a sua visão de mundo adquirida no habitus primário. É exatamente na constituição do habitus secundário que o agente terá a oportunidade de se fazer subjetivamente individual em função das vivências e experiências posteriores. Assim, eventualmente dois irmãos, filhos de mesmos pai e mãe e que estudaram numa mesma escola, terão obrigatoriamente, além do habitus primário, o habitus individual ao longo da vida porque suas experiências posteriores à família e à escola os distinguem como agentes sociais autônomos.

No entanto, o habitus individual não será suficiente para alterar a essência daquele agente, sedimentada pelo habitus primário, o que indica que mudanças extremamente radicais, eventualmente, não alteram substancialmente o agente. Em outras palavras, suas marcas de origem permanecem, refletindo o grupo familiar no qual nasceu e a sua classe social. A subjetividade dos agentes possui forte relação com o lugar que este ocupa nos campos sociais nos quais atua.

O habitus é, na perspectiva bourdieusiana, posicionado em duas variantes. Inicialmente, o habitus é coletivo, do grupo, que seriam as condições materiais e simbólicas compartilhadas por agentes pertencentes a segmentos sociais específicos. O habitus é a forma como os pares se orientam, valoram e dão significados às suas práticas sociais e culturais. Segundo, o habitus individual é a trajetória específica de cada um dos agentes, sendo próprio de sua personalidade, embora carregue consigo o referencial do habitus de seu grupo e o habitus originariamente primário da família e da escola.

Pierre Bourdieu enxerga os agentes sociais como elementos cujas ações somente adquirem significado no contexto de um conjunto de valores no qual esses agentes estão inseridos. Ou seja, os agentes são parte de uma estrutura geradora de sentido, que determina ou, pelo menos, orienta as suas ações futuras. Essa estrutura da qual faz parte o agente é aspecto de relevância no seu processo de socialização.

Assim sendo, o agente deverá interiorizar os valores pertinentes à cultura na qual nasceu e ao longo de sua trajetória na vida social deverá exteriorizar esses valores nas suas ações cotidianas. Tal interiorização de valores culturais funcionará como balizador na construção de rotinas e práticas cotidianas, cuja repetição sistemática se constitui no que Pierre Bourdieu classifica como habitus.

O habitus é, então, uma predisposição que faz com que algumas práticas cotidianas sejam naturalizadas por quem (o agente) as pratica, muito embora possa, em grande parte, não fazer sentido para outros agentes oriundos de meios sociais e culturais diferenciados. Bourdieu define o habitus como uma noção estruturada e estruturante porque se constitui no decorrer da vida social dos agentes, funcionando, sobretudo, como matriz geradora de percepções sociais mais diversas.

A estrutura que condiciona o habitus dos agentes sociais é o campo. Neste, os agentes ocupam posições fixas que são limitadoras de sua capacidade de ação, mas o campo poderá ser, também, o espaço de possibilidades de ação, o que comumente gera conflitos em seu

interior, pois no campo habitam agentes em posições as mais diversas (e, por vezes, antagônicas).

O campo é um espaço simbólico e co-existe a vários outros campos, o que faz crer que os agentes sociais podem participar de distintos campos e ocupar posições diferenciadas em cada um deles. São essas posições diversas em distintos campos que geram o habitus individual dos agentes. Em outras palavras é possível afirmar que as tais práticas cotidianas naturalizadas pelos agentes em sua trajetória social são reflexos das socializações dos diversos campos sociais nos quais os agentes estão inseridos. É exatamente essa múltipla configuração de participação em campos e de posições em seus interiores que faz com que cada agente social possua um habitus diferenciado de um para outro campo.

Campo e habitus são noções teóricas que somente fazem sentido relacional e reflexivamente, na medida em que o habitus possui a capacidade de legitimar as ações dos agentes no interior dos campos a que pertencem. Ao mesmo tempo, é no interior do campo que os agentes interagem com outros. Na interação social ocorrem os conflitos, os antagonismos e, também, as distinções sociais, que são ocasionadas por posições diferenciadas no interior do campo. Essas posições que provocam as distinções podem ser percebidas no contexto de status social, ou seja, posições que possuem mais ou menos status social dentro daquele campo social específico.

Para Bourdieu, fica claro que no mundo social as figuras de dominados e dominadores existem de forma relativa porque as relações de dominação vão se operar de maneiras diferentes no interior de cada um dos diversos campos sociais. Essa relação de dominação não é, obrigatoriamente, de ordem econômica, como se poderia supor, e sim simbólica. E mais: um agente que ocupa dada posição subalterna no interior do campo A poderá ocupar uma posição de superioridade e dominação no campo B. As relações de dominação, posições hierárquicas e status social são, então, relacionais e contextuais e obedecem à lógica respectiva de cada um dos campos.

A propósito do capital econômico, Bourdieu entende que a lógica econômica é apenas um dos aspectos a serem considerados na análise do campo. É, em verdade, o capital simbólico o elemento que prepondera no arcabouço teórico do sociólogo, quando julga as questões relacionadas à teoria dos campos sociais. O que determina a posição dos agentes no campo é exatamente a posse de maior ou menor capital simbólico. Este sim poderá ter diversas bases (econômica, cultural, social etc). O capital simbólico é o balizador da referida dominação que se instala no interior de cada um dos campos, que se tornam palcos de lutas em torno da dimensão e do poder simbólico que ditam as regras no interior dos mesmos. O habitus do campo não será assimilado da mesma forma por todos os grupos e segmentos de agentes que compõem o campo.

O habitus³ (BOURDIEU, 2005, p. 337-361) funciona como um conjunto de princípios geradores de práticas. Trata-se de um fundamento mais geral, uma vez que explica não apenas as práticas rotineiras e cotidianas dos agentes, como também parte do habitus incorporado toda escolha que possui relevância estética, sentido e significado para o agente. Até mesmo as escolhas relacionadas ao domínio da ética e da estética. Obviamente, para Bourdieu, a separação entre ética e estética somente poderá ser feita para fins de análise das interações sociais; jamais poderão ser distinguidas e identificadas no cotidiano do conjunto das práticas sociais dos agentes.

O habitus familiar é um aprendizado tido como naturalizado⁴ (BOURDIEU, 1996, p. 125), enquanto a socialização escolar é um aprendizado primordialmente racional⁵ (BOURDIEU, 2005, p. 295-336). O capital cultural está relacionado às origens sócio-econômicas do agente e também ao seu processo de socialização. Sendo assim, o capital cultural é um elemento de socialização, que, eventualmente, poderá constranger o agente, se este se depara com situações de interação social com grupos de agentes ou agentes, isoladamente, pertencentes a grupos sociais diferenciados. Nesse sentido, o capital cultural poderia ser

³ BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

⁴ BOURDIEU, P. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. 7 ed. Campinas, SP: Papirus, 1996.

⁵ BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

percebido como norma internalizada, mas Bourdieu constrói a sua teoria da prática (praxiologia), rompendo com a idéia estruturalista de que a ação do sujeito é apenas a execução do código.

Por isso, a noção de norma é mais automatizada e menos elaborada no sentido de compreensão da ação do agente. Ao final de contas, é o que o sociólogo francês defende: a ação do agente como resultado de uma combinação da força da estrutura social aliada à ação mais ou menos criativa e livre. O agente aplica o conhecimento internalizado para situações do cotidiano que, eventualmente, ainda não vivenciou. Esse processo internalizado é válido e estendido pelo agente para todos os aspectos de sua trajetória de vida. E este esquema é periodicamente atualizado, a partir de suas novas socializações, mas a socialização primária permanece em essência.

Para Bourdieu, o agente não executa, reproduzindo os preceitos do código social, apenas. Há uma reafirmação periódica desse código. Existe uma matriz que é assimilada ao longo da trajetória de experiências e vivências, permitindo que o agente desenvolva a habilidade de construir novas práticas, desconhecidas até por ele, e funcione por analogia. Ou seja, o agente vai agir, em certas situações sociais, analogamente àquilo que já fora internalizado, embora a situação em si seja nova. Neste caso, a simples indicação de uma norma não existe. Há aplicação de um esquema analógico e não propriamente uma regra a ser aplicada.

O habitus familiar é, periodicamente, atualizado em diversas fases de sua socialização, desde o aprendizado escolar, passando por suas relações com amigos, trabalho etc. Mas, não se dá propriamente um rompimento com o habitus original e sim uma adaptação deste aos diversos processos de socialização nos quais o agente está envolvido. Esta adaptação permite uma abertura para o novo, mas não invalida o seu habitus original.

Quem nasceu e foi educado, no âmbito familiar, ouvindo o seu pai pronunciar a língua de uma forma correta, ou a falar uma língua estrangeira ou a reconhecer obras de arte, reproduzirá esse aprendizado com naturalidade e freqüência. Isto está internalizado de

forma tão natural, que seus julgamentos posteriores (apreciações e percepções) sobre práticas, objetos materiais e bens simbólicos estarão permeados pelo habitus familiar.

O sentido inverso pode acontecer. O agente que nasceu em família cujos pais possuíam pouca instrução, dificuldade em falar a sua língua ou pouco ou nenhum conhecimento sobre arte e cultura, pode alterar esse estado de coisas, com os habitus posteriores oriundos de suas socializações outras, sobretudo se houver necessidade de inserção social e profissional em novos contextos, distantes de seu habitus original. Mas, a marca de seu habitus primeiro, familiar, estará sempre presente.

Para Bourdieu, quanto mais alto o nível de escolarização maior a possibilidade de o agente assimilar esse habitus deficitário e readaptá-lo porque, supõe o autor, há uma “retradução” do habitus originário em diferentes âmbitos. O agente retraduz o habitus adquirido na família no habitus que está adquirindo na escola. É possível ilustrar essa premissa quando se pensa nos graus de dificuldade que se tem na escola para assimilar certos conteúdos. Se o agente foi estimulado no âmbito familiar no sentido de determinado conteúdo, tanto mais facilidade o terá de assimilar o que lhe é proposto na escola.

No que tange a relação do habitus familiar com o habitus da escola há também considerações a serem feitas no que diz respeito à qualidade da escola que o agente vai frequentar. De tal forma que existem níveis diferenciados de escolas públicas, assim como níveis distintos de escolas privadas, dependendo da área da cidade. Por exemplo, se estas se localizam no centro, em bairros de classe média ou na periferia.

Como instituição, a escola é capaz de impor distinções entre agentes, a partir do habitus familiar de cada um, e entre os agentes e suas famílias, a depender do nível de escolaridade e da qualidade da escola onde se estudou. Assim, é possível que agentes oriundos de contextos familiares de uma dada classe social empreendam uma trajetória de ascensão e mobilidade social exatamente a partir do habitus escolar adquirido em sua socialização. Tal relação entre família e escola pode chegar a um ponto em que o habitus familiar tenha um peso minimizado na configuração do ser social do agente, comparado ao habitus escolar.

Em certo sentido, o habitus posterior ao habitus familiar ofereceu oportunidades para que o agente vivenciasse novas interações, e colocasse em prática a internalização daquilo que foi assimilado no habitus primeiro, familiar. Então, há uma nova situação mas que guarda alguma relação com o habitus original, a ponto de reafirmá-lo ou renegá-lo. São aspectos por vezes sutis da trajetória do agente, que fará com que as marcas visíveis de seu habitus primário possam ser evidenciadas ou não.

Sob a perspectiva de boa parte das práticas sociais e culturais, Pierre Bourdieu é taxativo quanto à questão do arbitrário que permeia os processos de socialização. Perceber algo como de melhor qualidade, de pior qualidade, mais refinado ou menos refinado, vulgar e grosseiro, são, de um modo geral, questões arbitradas no interior do campo, pelos agentes mais qualificados (ou na linguagem bourdiana, entre os especialistas), que arbitram os elementos classificadores e categorizadores do julgamento estético.

Na arte, na gastronomia, na enologia, em diferentes campos de práticas sócio-culturais há os especialistas que arbitram o que é de qualidade superior, a partir do conhecimento adquirido em sua socialização familiar, escolar, na sua formação profissional, enfim, a partir de seu capital cultural. Para Bourdieu, a definição sobre o que é melhor ou pior é um procedimento valorativo arbitrário dos especialistas, embora o autor não negue a existência de um atributo funcional dos elementos que formam a matéria prima dos produtos gerados pelo conhecimento do campo, como, por exemplo, a culinária francesa no campo da gastronomia; os vinhos franceses no campo da enologia; ou a alta costura francesa no campo da moda⁶ (BOURDIEU, 2006).

O raciocínio bourdieusiano propõe que, sob o ponto de vista da cultura, não é possível estabelecer naturalmente que uma cultura é superior a outra. É exatamente o poder de arbitrar – o arbitrário cultural – que define posições de superioridade e inferioridade. A valoração de práticas, comportamentos e gostos como sendo de melhor ou pior qualidade é

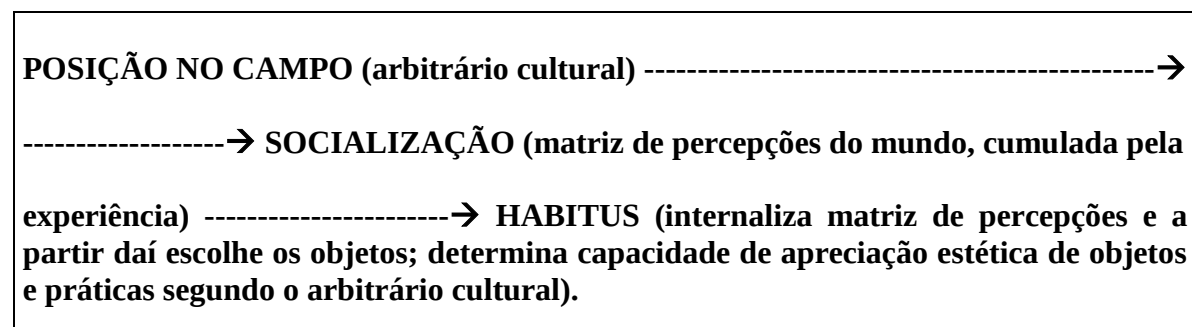
⁶ BOURDIEU, P. **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. 3. ed. Porto Alegre, RS: Zouk, 2006.

ditada por agentes que ocupam determinadas posições nos espaços sociais – no campo, em última análise. Portanto, não são valores objetivos e sim arbitrados e arbitrários. O problema é que aquilo que é arbitrado como “superior” e de “melhor qualidade” adquire status de universalidade e legitimidade, sobrepujando o que diverge desse padrão.

Para isso, os agentes especialistas do campo atingem um alto nível de conhecimento teórico e tecnológico, que geram a habilidade técnica, permitindo o julgamento subjetivo diferenciado dos demais agentes integrantes do campo. O produto gerado pelo campo é objeto de investimento financeiro, emocional, profissional, tecnológico, por parte dos especialistas do campo. Assim, os especialistas instituem certos parâmetros para analisar a qualidade ou não do produto. Os consagrados do campo detêm o poder, classificado por Bourdieu como “poder mágico”, de atribuir a dado objeto ainda não consagrado a ascensão a um nível de celebração pelo campo.

Pode-se afirmar, em função disso, que os especialistas “formam a opinião” dos outros agentes do campo porque determina a categorização de objetos e práticas, induzindo ou inibindo ou limitando o consumo desses. Um agente não-especialista pode moldar o gosto por objetos e práticas na proporção da mudança e alteração da opinião do especialista, que imprime aos objetos e às práticas um selo de consagração. Bourdieu sustenta a tese de que aquele agente que é consagrado no campo possui o poder mágico pelo capital cultural acumulado, permitindo a sua identificação pelo campo como especialista. No campo da moda, por exemplo, existe um padrão arbitrado pelos especialistas do que é belo e o que não é.

QUADRO 1 Esquema teórico de Bourdieu: relação campo / socialização / habitus



Doxa

Doxa é o acordo essencial que explica o ordenamento social (BOURDIEU, 1996, p. 120; 194) e não diz respeito literalmente à realidade social, mas a uma perspectiva sobre essa realidade, materializada pelo discurso hegemônico de um grupo de agentes no campo social. A doxa é materializada sob a forma de um enunciado legitimado por esses agentes, que são consagrados no campo como especialistas em virtude do capital cultural acumulado, tendo sua autoridade reconhecida pelos seus pares. A doxa é um consenso determinado pelo pensamento dominante⁷, que, por sua vez, gera o senso comum⁸.

Afirma Bourdieu: “Dito isso, não se pode esquecer que essa crença política primordial, essa *doxa*, é uma ortodoxia, uma visão correta, dominante, que só se impôs ao cabo de lutas contra visões concorrentes”. (1996, p. 119). Para Pierre Bourdieu, são ortodoxos os agentes do campo que desejam manter a doxa, ou seja, desejam perpetrar o discurso dominante como forma de compreender a realidade e de categorizá-la. Esses agentes fazem parte de uma elite e é de seu interesse que o ordenamento social seja mantido tal como se encontra.

Em contraposição, há variados grupos de agentes, também com seus discursos enunciativos e interesses próprios, embora nem sempre conscientes, que desejam alterar a ordem das coisas porque o discurso dominante não é de seu agrado. E não é de seu agrado porque o discurso hegemônico não lhes dá a visibilidade que acreditam ser merecedores e pelas quais anseiam. Para agravar a situação dos não-dominantes, a posição de inferioridade os coloca em óbvia posição de desvantagem em relação aos dominantes.

Esta luta de interesses entre aqueles que fazem parte de uma dada elite do campo e os que ocupam posição inferiorizada é que irá permitir existir, sempre potencialmente, alterações e mudanças nas predisposições dos campos, em consequência ocasionando transformações no ordenamento social. Pierre Bourdieu sustenta que esses agentes que desejam a mudança no *status quo* e na realidade social cometem uma subversão porque querem alterar a doxa

⁷ BOURDIEU, P. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. 7 ed. Campinas, SP: Papirus, 1996.

⁸ Sobre o uso do senso comum, ver BOURDIEU, P. **A distinção**: crítica social do julgamento. 1. ed. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007. p. 437.

dominante. Em outras palavras, existem agentes que lutam para modificar as predisposições de determinado campo. Assim, ao se alterar dada ordem social e a consequente repetição do habitus do campo, ocorre o processo da heterodoxia, antagônico à ortodoxia.

Consumo

O senso comum, em última análise a universalização dos valores impostos pela doxa, pelo consenso, define estilo de vida como um padrão que comporta os diferentes tipos de serviços e bens materiais e imateriais que os agentes utilizam e consomem. Quando se fala em serviços e bens materiais incluem-se o gosto musical, cinematográfico e artístico, modos de vestir, o que se come, formas de cuidar do corpo e até de descansar, enfim, qualquer outro produto cultural, além da escolha de atividades de lazer e diversão.

No entanto, para a Sociologia, além de incluir os elementos mencionados no parágrafo anterior, o estilo de vida é um aspecto associado ao conceito de classe social, de forma relacional, mas também guarda conexões com a construção de identidades individuais, bem como de comportamentos socialmente “desviantes” e ditos alternativos. Assim, as identidades individuais são configuradas, sobretudo, no que concerne às escolhas relacionadas aos estilos de vida, conforme será visto mais adiante.

Sob o ponto de vista teórico da sociologia do consumo, Bourdieu é autor que se situa nas considerações sobre produção e consumo. Consumo determinado pela socialização, ao mesmo tempo relacionado a um capital cultural, que faz com que o pretenda se distinguir e se expressar. Entre a produção cultural e o consumo de bens simbólicos destaca-se, na teorização de Bourdieu, a tese de que essa relação entre produção e consumo é mediada pela riqueza e pelo gosto (para os conceitos de capital cultural e distinção). Mas as escolhas são distintas e distintivas em função do capital cultural adquirido na socialização.

A posição de classe social do agente não se determina apenas quanto ao seu capital econômico ou à sua posição no campo profissional ou no mercado de trabalho, mas também em relação a outros fatores da cultura, como os estilos de vida e os padrões de

consumo. Os símbolos e os sinais relacionados ao consumo desempenham parte importante do cotidiano dos agentes sociais.

No mundo capitalista há um mercado de necessidades de produtos materiais ou simbólicos, representado por especialistas de diversos campos (*designers* de moda, consultores de estilo, *designers* de interiores, *personal trainers*, terapeutas, entre outros) que influenciam gostos e promovem opções de estilo de vida para que os agentes se identifiquem e sejam inseridos no mercado de consumo. Mercado de consumo que opera simultânea e paradoxalmente, aproximações e afastamentos nos estilos de vidas das diferentes classes sociais.

Gosto e estilo de vida

As práticas cotidianas dos agentes, definidas a partir da constituição de seu habitus, e o capital simbólico definem os distintos grupos e classes sociais. Grupos e classes sociais são ordenados não apenas pelo viés econômico, mas, sobretudo para Bourdieu, pelos estilos de vida, que, em última análise, são ordenados pelo habitus. As diferentes posições no campo determinam diferentes estilos de vida e, conseqüentemente, preferências distintivas.

A percepção de mundo, o comportamento e os costumes, as escolhas éticas e estéticas definem os estilos de vida dos agentes, que serão traduzidos em hábitos de consumo e preferências distintivas entre agentes do campo. Estas escolhas distintivas, que são próprias dos estilos de vida, expressam-se em aspectos diversos do cotidiano social: a escolha sobre o que vestir, lugares que freqüentar, tipos de habitação etc.

O estilo de vida é permeado por aspectos simbólicos⁹, mas remonta a elementos que constituem as necessidades básicas dos agentes. Ou seja, comer, dormir e vestir. Mas, o estilo de vida vai redimensionar a maneira como essas necessidades são satisfeitas no mundo social. Em outras palavras, há uma variedade de formas de comer, dormir e vestir que são reflexos de uma experiência estética e que denotam um estilo de vida. Assim, a

⁹ Ver BOURDIEU, P. Gostos de classe e estilo de vida. In: ORTIZ, R. (org.). **A sociologia de Pierre Bourdieu**. São Paulo: Olho D'Água, 2003.

forma como se come, dorme e veste, dependendo do grupo ou classe social, vai se distanciar da simples condição de necessidade básica em sentido estrito, refletindo certos estilos de vida.

A visibilidade da forma como o agente realiza esses hábitos diários pode ser percebida como uma das estratégias de distinção entre diferentes grupos e classes sociais, que vivenciam e satisfazem suas necessidades básicas das mais diferentes maneiras. Essa distinção, ocasionada pelo estilo de vida, é então uma estilização da vida cotidiana, e é expressa de forma a agrupar certos agentes que se identificam com tal estilo de vida. Assim, grupos de agentes realizam práticas que os distinguem de outros grupos e que são também expressões estéticas dos estilos de vida.

A socialização se inicia na família e é continuada na escola, mas a posição que se ocupa no campo das relações sociais determina a maneira pela qual o habitus será internalizado pelo agente. O habitus, definido como um sistema de disposições duráveis, ou seja, de disposições que determinam inclinações do agente para a vida social a que terá de enfrentar a partir da família e da escola. São disposições que perduram no tempo.

Por isso, essas inclinações do agente para o mundo se manifestam na forma de capacidade de apropriação (e não-apropriação) de determinados objetos e de determinadas práticas para si como sendo algo desejável, qualificado como belo e interessante, enquanto o que não se deseja e se repudia como cafona ou pretensioso, dependendo do caso e da posição do agente no campo das relações sociais.

É o gosto que vai determinar o objeto a ser usado e a prática a ser incorporada ao seu cotidiano. Uma equação que começa com a posição ocupada no campo das relações e classes sociais determina o tipo de socialização que terá o agente. Por sua vez, essa socialização promove a internalização de um habitus (matriz de percepções e apreciações), que conforma um gosto determinado, que se manifesta (o gosto) em um estilo de vida.

Para Bourdieu, o estilo de vida é, como já foi dito, uma demonstração de liberdade em relação à necessidade, a partir do consumo de algo que foi determinado pelo gosto que caracteriza determinado meio. Então os gostos se situam como o princípio dos estilos de vida. O gosto, ordenado pelo habitus, de determinado grupo ou classe social de agentes, é expresso no estilo de vida.

A matriz de percepções e apreciações contida no habitus é acumulada a partir da experiência da ação vivida, que é um movimento de tentativa e erro. Da experiência das situações passadas, o agente internaliza aquilo que é apropriado para quem ocupa determinada posição no campo. Bourdieu afirma que essa internalização é arbitrária. Em outras palavras, os agentes do campo e o seu arbitrário cultural encarregam-se de ditar certas preferências e apreciações.

Assim, há sinalizações daquilo que é ou não apropriado, fazendo com que o agente acumule e internalize essas predisposições, a ponto de naturalizá-las. Ao naturalizá-las, o agente desenvolve uma capacidade de fazer distinções daquilo que lhe é possível e impossível de ser sentido, experimentado, adquirido e praticado.

As experiências vivenciadas na interação social entre agentes, no campo das relações de classes sociais, e cujos resultados foram gerados na base da tentativa e erro, são internalizadas e transformadas em matriz de percepções, passando a funcionar analogicamente a partir daí. Quando o agente se depara com uma nova interação social de características assemelhadas a algo já vivenciado anteriormente, ele transpõe o aprendizado de uma situação para as demais situações de vida.

O habitus funciona como uma matriz geradora de percepções e apreciações¹⁰ (BOURDIEU, 2007, p. 436) e não pode ser compreendido apenas como uma simples norma social. É papel do agente perceber o que lhe é apropriado ou não, o que se adéqua a si como membro de uma classe social ou de um grupo social ou até mesmo de sua posição em determinado

¹⁰ BOURDIEU, P. **A distinção**: crítica social do julgamento. 1. ed. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

campo. O agente internaliza a matriz de percepções e suas escolhas de prática, ações e objetos materiais de consumo, por exemplo, obedecerão à lógica da adequação de sua posição no campo. Essa avaliação é que fará com que o agente decida agir ou não, aplicar ou não aquela regra (norma) internalizada. Então há ação reflexiva por parte do agente, pois admite a existência da estrutura, como indutora da ação, mas considera que há possibilidade reflexiva por parte do agente e não apenas uma obediência incondicionada à norma.

A matriz de apreciações e percepções, assimilada pelo agente, vai possibilitar o consumo segundo a sua posição no campo, determinando uma capacidade de apreciação de bens simbólicos e materiais. Assim, a posição no campo, que não inclui apenas a capacidade financeira de aquisição de bens, mas, sobretudo, a capacidade estética de apreciar o que é ou não adequado (a partir da perspectiva do arbitrário cultural dominante), vai determinar o gosto, que especifica quais práticas (hábitos e costumes) e bens materiais são desejáveis.

Estilo de vida é, então, composto de práticas que se exercem e objetos materiais que se possui. A capacidade do agente em distinguir práticas e objetos que lhes são adequados é o que configura o estilo de vida, sendo a estilização do consumo a maneira pela qual os agentes escolhem para preservar seu *status*, pois o consumo tem uma dimensão distintiva quando é hierarquizante em relação às escolhas do outro. As distinções e diferenciações em relação aos gostos, práticas e estilos de vida dos outros podem gerar não apenas hierarquia, mas julgamentos de outra ordem, derivando para a discriminação e os preconceitos contra as escolhas alheias, gerando o que Bourdieu conceitua como violência simbólica.

Violência simbólica é noção de grande importância na obra de Bourdieu¹¹ (BOURDIEU, 2001, p. 101-102), pois designa a maneira através da qual as classes culturalmente dominantes inculcam o reconhecimento de seu arbitrário cultural dominante, ou seja, como certos grupos sociais vão acatar e reconhecer como culturalmente legítimos os gostos e as preferências que não são as suas. No arcabouço teórico de Pierre Bourdieu, a instituição

¹¹ BOURDIEU, P. **Meditações pascalianas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

escolar é forte instrumento de violência simbólica, percebida como um complexo esquema de depreciação do outro e de si mesmo.

A violência simbólica acontece de variadas maneiras em diversos contextos e em todos os processos de socialização: quando um professor corrige os modos e a linguagem de um aluno oriundo de classes consideradas sem instrução formal; quando um filho ironiza as preferências musicais dos pais, considerando-os ultrapassados; quando entre colegas de escola há brincadeiras depreciativas com o outro; quando entre amigos há repreensões sobre a forma como o outro se veste e fala ou os filmes que gosta etc. No que concerne à auto-depreciação, o conceito de violência simbólica alude ao fato de que o próprio agente submetido à violência internaliza o parâmetro pelo qual ele está sendo subestimado. Esse movimento de internalização do arbitrário cultural dominante, em muitos casos, poderá levar ao reconhecimento e a aceitação de algo que não lhe era próprio.

Boa vontade cultural

Bourdieu define o estilo de vida das classes sociais pela posse ou desapossamento de bens materiais e simbólicos, definindo o estilo de vida como princípio distintivo da classificação social. No esquema bourdieusiano, apreciações e percepções diferenciam e distinguem classes sociais, separando burguesia de operariado. O esquema bourdieusiano de análise da burguesia ascendente, no que tange à relação que esta tem com a cultura inclui três etapas:

- Trajetória passada;
- Trajetória potencial;
- Disposição com relação ao futuro, que tem a ver com o que ele chama de boa vontade cultural.

Os pequenos burgueses se voltam para as artes médias, mas, em função dessa boa vontade cultural. A burguesia será capaz de perseguir como objetivo aquilo que os especialistas do campo consagram como o de melhor qualidade. Ou seja, embora ela não possua objetos ou realize práticas X ou Y, a burguesia, a partir da boa vontade cultural, tentará alcançar esse almejado padrão de qualidade no consumo de bens materiais e simbólicos e de práticas culturais. Para Bourdieu, a burguesia ascendente jamais poderá alcançar às práticas e o consumo das classes altas, por isso está sempre em busca das novidades. Este é um

esquema que bem ilustra, segundo ele, o campo da moda, que existe baseado em critérios de distinção social.

Distinção social e intenção expressiva da subjetividade

O consumo está expresso no conceito de estilo de vida, pois é este o conjunto das preferências distintivas. Assim, o elemento distintivo é de fundamental importância posto que expressa, em cada um dos subespaços simbólicos, como o mobiliário, o vestuário e a ética corporal a mesma intenção expressiva. Na explicação sobre o conceito de estilo de vida, Bourdieu pretende discutir a noção de que os agentes consomem para se distinguir de outros.

Há certa tendência na bibliografia mais recente em considerar a necessidade de distinção como uma autodramatização da identidade. Existe outro elemento simbólico no consumo relacionado à construção de identidade para si. Em outras palavras, o agente não deseja, ao procurar se distinguir, a busca hierarquizadora em relação aos demais agentes de outras classes sociais. A distinção é a busca da necessidade de expressão da subjetividade em termos mais complexos do que o do simples status social¹².

Em Bourdieu, a ênfase se encontra na distinção social¹³, mas em sua definição de estilo de vida, o autor se mostra mais sensível à outra dimensão, a da auto-dramatização. Estilo de vida como o conjunto de preferências distintivas exprime a mesma intenção expressiva. Ou seja, há intenção expressiva do agente ao consumir e essa intenção expressiva distingue o agente porque a intenção possibilita compreender que esse agente possui determinado gosto em função de um dado habitus adquirido em sua socialização e em função de determinada posição social. Então, a intenção expressiva é também distintiva socialmente, ainda que o agente queira apenas se expressar. Trata-se de um raciocínio circular.

¹² Ver GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. 1 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

¹³ BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. 1. ed. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

Há por parte do agente “apenas” a intenção expressiva da identidade, relacionado à associação de sua subjetividade com certos valores culturais e simbólicos (dentre os quais incidentalmente a riqueza, que não seria estruturante da sua identidade, sendo apenas consequência da pessoa que o agente é). No entanto, se tal enunciado é verdadeiro e o agente constrói sua identidade com objetivos de expressão, utilizando-se de bens materiais e simbólicos para ostentar essa intenção expressiva, ele pode não estar intencionalmente ostentando a posse de determinada riqueza, mas certamente estará fazendo isso de forma indireta.

Capital cultural

Em Bourdieu, o capital cultural consiste no conjunto de idéias e de conhecimento acumulado que os agentes utilizam quando participam da vida social. Não se deve confundir a noção de capital cultural com a de capital simbólico. O conceito de capital simbólico é uma combinação particular de capital social e capital cultural. O capital simbólico inclui, ainda, outros capitais, inclusive o econômico-financeiro, e reforça o poder social da classe dominante na esfera pública, tese abordada por Pierre Bourdieu, no âmbito de sua teorização sobre o capital cultural.

Ele considera que praticamente tudo na vida social e cultural (regras de etiqueta, capacidade de falar e escrever, maneiras de se comportar em diversas situações etc) pode ser considerado capital cultural. Bourdieu argumenta que há uma desigual distribuição de capital cultural na sociedade estratificada em classes sociais, o que proporciona desigualdade de oportunidades entre os agentes sociais nos diversos campos em que atuam. A carência de capital cultural chama-se privação cultural.

Em sentido amplo, o gosto externaliza o mundo das percepções e apreciações dos agentes, configurando-se em elemento fundamental para se entender a relação que esses têm com a produção cultural. No caso das artes e das obras oriundas do campo da indústria cultural, o gosto do público (dos agentes) é algo a ser levado em conta e consideração para a análise das obras artísticas e culturais.

Os agentes recebem a obra e a interpretam em função dos códigos que dispõem com o objetivo de valorar aquilo que se expõe à sua frente. O gosto (e talvez seja melhor falar de gostos de classe) modifica-se, estruturalmente, com o tempo, o contexto social e histórico e as ideologias concernentes a um e outro. É assim também com o bom gosto e o mau gosto, que estão sujeitos a variações espaciais e temporais, para o desgosto dos puristas da arte, que pretendem estabelecer princípios, sem relativizações, que definem claramente algo que é de bom gosto e algo que é de mau gosto. Bourdieu propunha que os estudos sobre o gosto exigem, portanto, pesquisas empíricas sobre os diversos grupos de classes de agentes e seus respectivos gostos.

Em *Meditações pascalianas*, Bourdieu estabelece relações entre os diferentes capitais e suas relações com o capital simbólico:

Todo tipo de capital (econômico, cultural, social) tende (em graus diferentes) a funcionar como capital simbólico (de modo que talvez valesse mais a pena falar, a rigor, em *efeitos simbólicos do capital*) quando alcança um reconhecimento explícito ou prático, o de um habitus estruturado segundo as mesmas estruturas do espaço em que foi engendrado. Em outros termos, o capital simbólico (a honra masculina das sociedades mediterrâneas, a honorabilidade do notável ou do mandarim chinês, o prestígio do escritor renomado etc.) não constitui uma espécie particular de capital, mas justamente aquilo em que se transforma qualquer espécie de capital quando é desconhecida enquanto capital, ou seja, enquanto força, poder ou capacidade de exploração (atual ou potencial), portanto reconhecida como legítima. Mais precisamente, o capital existe e age como capital simbólico (proporcionando ganhos - como diz, por exemplo, a constatação-preceito, *honesty is the best policy*) na relação com m habitus predisposto a percebê-lo como signo e como signo de importância, isto é, a conhecê-lo e a reconhecê-lo em função de estruturas cognitivas aptas e tendentes a lhe conceder o reconhecimento pelo fato de estarem em harmonia com o que ele é. Produto da transfiguração de uma relação de força em relação de sentido, o capital simbólico nos livra da insignificância, como ausência de importância e de sentido. (2001, p.295-296).

Campo artístico

O valor dos produtos culturais e das obras de arte, na perspectiva de Pierre Bourdieu, é sempre definido contextualmente, não sendo, nunca, objetivo e universal. O aspecto axiológico, então, diz respeito a três fatores: **qual o público espectador e consumidor** (ou seja, refere-se à posição social, capital cultural, estilo de vida que os agentes possuem); **que**

usos esses agentes farão da obra (para diversão, apreciação estética, ascensão social); e, finalmente, **qual o local dessa fruição** (uma sala de exibição de complexos cinematográficos de multi-salas; uma sala do circuito de arte, no ambiente doméstico, na universidade etc). Desse modo, a atribuição de valor será sempre condicionado a tais variáveis.

Pierre Bourdieu traça considerações sobre a obra de arte, preocupando-se mais com a formulação do conceito de campo artístico¹⁴ (BOURDIEU, 1996, p.323-352), em cujo interior há disputas por determinadas posições, ocupadas por diferentes agentes que o compõem. Assim, o autor francês explicita a esfera reprodutiva e estrutural presente no campo. Suas principais observações, no que diz respeito ao estudo do campo da arte, são direcionadas ao campo da arte erudita, em cujo interior o autor situa, por exemplo, os museus. Mas, Bourdieu também observou as questões relacionadas aos distintos gostos de classes daqueles agentes que apreciam a obra de arte.

A conversão da arte em mercadoria e sua transformação, pelo capitalismo, do status histórico anterior em apenas mais um item de valor de troca é um dos aspectos discutidos por Pierre Bourdieu. Este define os objetos da arte e os próprios artistas como produtos resultantes de uma cadeia de produção e consumo da arte. Esta estruturação confirma e reproduz o status social. Então, a atribuição de valor estético à obra serve, por um lado, para justificar o consumo de algo que, de outra forma, é inútil; por outro lado promove o valor econômico da obra de arte.

Bourdieu critica a idéia de essencialismo na obra de arte, pois este ignora o contexto sociológico e histórico da produção e experiência artísticas, e propõe que a “análise de essência” remete a uma ilusão do absoluto, à experiência subjetiva do autor da obra de arte, à universalização do caso particular. Mas, este universalismo da essência e a essência pura da obra de arte são uma ilusão. Para ele, não existe uma norma estética que seja a - histórica. A arte para que se realize precisa, na verdade, de condições históricas e sociais de

¹⁴ BOURDIEU, P. **As regras da arte:** gênese e estrutura do campo literário. Lisboa: Editorial Presença, 1996.

possibilidade. A experiência estética e artística só poderá ser compreendida e explicada se, antes, forem conhecidas as condições nas quais essa experiência foi produzida.

Para Bourdieu, são as convenções sociais que definem o que é arte e a partir de quando um objeto se torna obra de arte e nisso não há nada de essencialidade. O princípio da diferença entre as obras de arte e os objetos correntes não é outro senão o fato de ser uma instituição, compreendida como campo artístico ou campo da arte erudita. Este campo possui autoridade para conferir a determinadas obras o estatuto de “candidatos à apreciação estética”. E isso, segundo Bourdieu, é um enunciado profundamente sociológico. O status de arte será conferido pelo campo artístico ao objeto em questão e esse mesmo campo será definido como o lugar de agentes que inclui artistas, gestores, consumidores, críticos, filósofos da arte entre outros. É um grupo autodefinido de sujeitos que expressam um interesse pela arte e assim negociam o status de produtos específicos.

Assim, também o campo artístico impõe o reconhecimento da obra como obra de arte para toda a comunidade que o compõe, informando e adestrando os seus agentes para que facilmente reconheçam, no mercado e nos lugares próprios de exibição, determinada obra como arte. O campo emite juízos de valor sobre os objetos socialmente assim denominados.

A obra de arte obedece a duas lógicas: produção e recepção. Na produção, o campo da arte se constitui em campo relativamente autônomo, possuidor de um mercado no qual subsiste o primado da forma sobre a função. A reflexividade é uma característica do campo artístico, uma vez que possui certa autonomia e fins próprios. A experiência dos conhecedores é uma experiência do privilégio, daquele que recebeu educação para tal e sabe reconhecer uma obra como obra de arte. O olhar puro, amador, seria uma contraposição disso.

O universo social relativamente autônomo do campo artístico é uma instituição que existe no cérebro, sob a forma de disposições (habitus) adquiridas no próprio movimento, através do qual se constrói o campo ao qual tais disposições se ajustam. Bourdieu afirma que quando as coisas e as disposições são concordantes, quando o olhar é produto do campo,

tudo mais passa a ter sentido e valor. O fundamento da significação e do valor da obra de arte é então óbvio e tido com garantido (*taken for granted*).

Assim, sentido e valor na obra de arte são efetivados quando campo e habitus se articulam, ou seja, a obra só fará sentido se as pessoas que a admiram pertencerem ao campo artístico e se investirem de uma disposição (o habitus) para tal apreciação. Fora desse contexto, a obra de arte muito provavelmente não será obra de arte. Afinal é o olhar do esteta que constitui a obra de arte como tal. Bourdieu relaciona personagens e o *locus* do campo artístico, a saber:

- Os lugares de exposição: as galerias e os museus.
- As instâncias de consagração: as academias e os salões de artes.
- As instâncias de reprodução dos produtores (produtores aqui compreendidos os artistas propriamente): as escolas de belas artes.
- Os agentes especializados: marchandes, críticos e historiadores da arte, colecionadores etc. Estes agentes especializados são dotados das disposições objetivamente exigidas pelo campo e também portadores de categorias de percepção e de apreciação específicas.

Outro aspecto importante para a evolução do campo é a criação de uma linguagem propriamente artística, utilizada pelos conhecedores e críticos. Esta linguagem tem a capacidade de enaltecer os feitos do artista, colocando-o em um patamar de distinção com relação a outros, inclusive no sentido da valorização econômica do seu trabalho e da emergência social do artista. Então, os próprios agentes (críticos, colecionadores, intermediários além dos artistas) articulam interesses individuais, coletivos e recíprocos.

Na Renascença, por exemplo, os agentes do campo que exercem a função de apreciadores da obra de arte são identificados como sendo os integrantes da aristocracia:

A experiência da obra de arte como imediatamente dotada de sentido e de valor é um efeito do acordo entre as duas faces da mesma instituição histórica, o habitus cultivado e o campo artístico, que mutuamente se fundam: dado que a obra de arte não existe enquanto tal, quer dizer, enquanto objeto simbólico dotado de sentido e de valor, a não ser que seja apreendida por espectadores dotados da disposição e da competência

estéticas que ela tacitamente exige, podemos dizer que é o olhar do esteta que constitui a obra de arte como tal, mas na condição de lembrarmos logo a seguir que ele só o pode fazer na medida em que é por seu turno produto de uma longa história coletiva, quer dizer, da invenção progressiva do “conhecedor”, e individual, ou seja, de uma frequência prolongada da obra de arte. (BOURDIEU, 1996, p. 328).

Assim acontecia na França e na Inglaterra, sobretudo. A Itália, por exemplo, era destino freqüente para viagens de estudos artísticos, empreendidas por aristocratas ingleses. Instituições, como museus, retiraram as obras de arte de seus contextos artísticos originais e as expuseram para deleite de ocidentais instruídos e bem educados. Os acervos da antiguidade clássica, da arte grega e da arte egípcia, estão em boa parte em museus da França, Inglaterra e Estados Unidos. Essa descontextualização se insere na idéia de uma contemplação artística um tanto esnobe e que serviria para uma ilustração ou educação refinada. Bourdieu chama isso de fruição pura e contemplação desinteressada nos museus.

Então, no interior do campo e nas disposições de agentes e instituições não há propriamente uma estética pura, mas um valor estético que é vinculado a um valor social - espacial e temporalmente determinados. Assim, os conceitos e as categorias que classificam as obras de arte são indeterminados e indefinidos. De fato não há critérios específicos que determinem uma norma estética ou uma padronização realmente capaz de qualificar a obra como artisticamente relevante. No máximo, pode-se enquadrar uma obra dentro de uma determinada escola, mas não de qualificá-la como arte ou não, segundo Bourdieu.

Se o juízo de gosto é convencionado por um grupo, há uma flexibilidade e conseqüentemente uma incerteza que se opõem à idéia de essencialidade da obra de arte. A atribuição de valor e sentido à obra de arte ou a um objeto do cotidiano será diferente se comparados os juízos emitidos por pessoas que ocupam posições diferentes dentro do espaço social. E os juízos emitidos por aqueles que fazem parte do campo artístico será determinante para qualificar a obra artisticamente. O leigo terá então uma opinião divergente, mas isso não terá a menor importância.

Se as categorias envolvidas na percepção e na apreciação da obra estão ligadas ao contexto histórico e associadas a um universo social situado e datado, essas categorias, criadas pelos

conhecedores e historiadores da arte, que definem ou classificam os objetos como artísticos são, na verdade, apenas esquemas classificatórios que só refletem a luta empreendida pelos agentes do campo artístico no sentido de se autodefinirem e de definirem seus concorrentes. Campo artístico é também campo de lutas, onde as classificações e os juízos divergentes são orientados pelas disposições e os interesses específicos dos agentes no campo.

Uma visão divergente do conceito de campo artístico de Bourdieu pode ser encontrada em Arthur Danto (DANTO, 2006), através do conceito de “mundo da arte”, que se refere a uma teoria institucional da arte, que concebe um mundo no qual o status de obra de arte é determinado contingente e arbitrariamente, segundo os cânones de um grupo socialmente institucionalizado. Sendo assim, o “mundo da arte” é definido como o lugar de pessoas que inclui artistas, produtores, gestores dos espaços artísticos, apreciadores, críticos, filósofos da arte entre outros. O mundo da arte é um grupo auto-definido de pessoas que expressam um interesse pela arte e assim negociam o atual status de produtos específicos. De acordo com essa teoria institucionalizadora da arte, os produtos que não tenham sido originalmente criados como “obras de arte” – trabalhos medievais ou antigos criados antes que o conceito moderno de arte tenha sido formulado – podem estar de acordo com o status de “arte” e, da mesma forma, objetos anteriormente considerados “arte” podem ter esse status retirado.

Trata-se de uma visão externalista à obra de arte, que, para além de desconsiderar o valor intrínseco e imanente à obra de arte, privilegia o contexto social e cultural da formação desse mundo e atribuição de valor a determinado produto cultural em detrimento de outro. Assim, a categoria de mundo da arte observa apenas o aspecto cultural e social, afastando-se do julgamento estético de uma obra de arte reconhecida per si, distinguida apenas por seus atributos estéticos imanentes e por uma linguagem específica, que a singulariza e cujo valor é atemporal e não contingente.

Outra perspectiva contraposta a de Pierre Bourdieu em relação ao conceito de campo diz respeito a conceito relativamente análogo – o de mundos, mais especificamente de “mundos da arte” -, empreendido por Howard Becker (BECKER, 1982). Para este, os mundos da arte são universos menos relacionados à questão das lutas internas entre agentes

e conseqüentemente menos interessado em definir posições entre dominantes e dominados. O autor está mais centrado na ação social que se opera nos mundos da arte e menos nos agentes. Neste sentido se trata de uma aproximação teórica com o interacionismo, pois Becker enxerga o universo artístico de forma distinta de Bourdieu, embora entre os dois haja aproximações, para além das divergências quanto à formação dos mundos da arte como espaço social.

Howard Becker supõe que haja mais mais cooperação no interior do mundo e é exatamente essa interação entre os agentes que permite surgir o produto cultural por meio de ações coordenadas. Também na delimitação dos mundos artísticos, supõe haver um maior número de agentes que Bourdieu não considera na sua concepção de campo artístico, extrapolando o protagonismo dos produtores. Numa aplicação do conceito de mundo ao universo do cinema, por exemplo, é razoável incluir entre os seus agentes os fabricantes da tecnologia digital. Assim, a concepção de mundo não induz a uma sociologia de lutas entre os agentes, mas uma sociologia que se fundamenta na cooperação. Trata-se de uma visão mais sofisticada e elaborada desses mundos, institucionalizados por cadeias de relações de cooperação e articulações, onde a arte é atividade profissional coletiva, com clara divisão de trabalho e submetido a certas convenções.

A teoria geral dos campos sociais, empreendida por Pierre Bourdieu, recebeu por parte do próprio autor, aplicação para uma série de campos profissionais, que não apenas o campo artístico. Em sua obra, é possível identificar trabalhos do autor sobre os campos jurídico¹⁵ (BOURDIEU, 2005, p. 209-254), religioso¹⁶ (BOURDIEU, 2005, p. 27-28) , por exemplo, bem como menções mais ou menos extensas e esparsas sobre diversos outros campos profissionais e de produção intelectual, da produção cultural erudita, e até mesmo sobre determinados campos sociais, nos quais ensaiava adentrar seus estudos, a exemplo do campo da indústria cultural¹⁷, por intermédio de *Sobre a televisão* (1997), sobre os quais

¹⁵ BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 8. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005. p. 209-254.

¹⁶ BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2005. p. 27-78.

¹⁷ Nas décadas de 1930 e 1940, a atividade cinematográfica já era de relevante contribuição para o sistema capitalista norte-americano, sendo suficientemente importante para que os pensadores do Instituto de

estabelece paralelos com outros campos, inclusive em obras mais importantes de sua atividade intelectual. Embora o autor não tivesse se debruçado com interesse maior sobre esse universo da indústria cultural, é visível que na sua teoria haja intensas co-relações entre campos distintos. Assim sendo, esta tese tem por objetivo avançar na compreensão sobre uma área do conhecimento (o cinema), a partir da ótica da sociologia da cultura preconizada por Bourdieu, no qual o campo do cinema, nomeado neste trabalho, para efeitos teórico-metodológicos, como subcampo do cinema está adequado às noções gerais do autor.

Pesquisas Sociais de Frankfurt, a chamada Escola de Frankfurt, Theodor Adorno e Max Horkheimer, dedicassem estudos dirigidos à análise daquilo que nomearam como “indústria cultural”, ou seja, o modo como o sistema econômico capitalista molda a cultura na nomeada sociedade de consumo, estando o cinema, o rádio e a publicidade no centro dessa discussão por suas importantes contribuições como expressão dessa realidade. A nomenclatura e o conceito de indústria cultural foram perfeitamente assimilados por diferentes correntes teóricas e se encontra naturalizado como definição para meios de comunicação social e mídias. O termo apareceu pela primeira vez em *A dialética do esclarecimento*: ver ADORNO, Theodor W., HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*: fragmentos filosóficos, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006. Há ainda uma importante análise dos autores a respeito do cinema produzido nos Estados Unidos, obviamente sob a perspectiva da Teoria Crítica em ADORNO, Theodor W., HORKHEIMER, Max. *A indústria cultural - o iluminismo como mistificação das massas* in: *Teoria da cultura de massa* (org. Luiz Costa Lima). Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

2 Referencial teórico de apoio: as disposições

2.1 Teoria disposicionalista: a crítica a Pierre Bourdieu

Sob o ponto de vista da recepção do produto cultural, Bourdieu define que a relação entre produção e consumo é mediada pela riqueza e o gosto a ela relacionado, o que traz como consequência que escolhas e preferências estéticas entre os diferentes grupos sociais são mutuamente distintas e distintivas uns em relação às outras em função do capital cultural adquirido na socialização dos agentes. Tal percepção distingue hierarquias reconhecíveis entre o “gosto e a cultura legítimos”, por um lado, e “gosto bárbaro”¹⁸ (BOURDIEU, 2007, p.34) e cultura média”, por outro. Além disso, as escolhas se dão distintivamente: para as classes populares, o critério de julgamento é embasado por pressupostos éticos e morais, enquanto para as classes cujos agentes são dotados de maior capital cultural, o critério de julgamento é estético.

Trata-se, sem dúvida, de uma visão estrutural, conjuntural e institucional da sociedade formada por classes sociais, sendo uma percepção passível de questionamentos por parte da sociologia, a exemplo da obra mais recente de Bernard Lahire, mais afeita à ação criativa individual (LAHIRE, 2006) e pelos estudos de recepção alinhados aos estudos culturais ingleses, norte-americanos e latino-americanos, sobretudo em Stuart Hall (HALL, 2003) e Néstor García Canclini (CANCLINI, 1995). Estes reforçam o papel político do consumo, enfatizando a manifestação das identidades subordinadas (Hall) e periféricas (Canclini) no sentido da resistência à chamada cultura dominante e da valorização da dita “baixa cultura”.

No entanto, as categorias de Bourdieu permanecem válidas, uma vez que, mesmo nas sociedades contemporâneas, aspira-se que as classes socialmente menos favorecidas tenham acesso, por meio de políticas públicas, à chamada “alta cultura”. A formação de platéia em teatro, cinema e música nada mais é do que uma tentativa de trazer para a esfera popular um consumo qualificado por especialistas como de uma esfera superior: o teatro

¹⁸ BOURDIEU, P. **A distinção**: crítica social do julgamento. 1. ed. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

shakespereano sendo representado nas ruas das grandes cidades, o acesso incentivado em cinemas mantidos pelo poder público com ingressos de baixo valor ao cinema de autor europeu, a realização de concertos de música clássica em parques etc. É claro que, paralelamente a isso, uma gama de ações oriundas igualmente de políticas públicas permitem o reconhecimento e a valorização da produção cultural advinda de universos sociais populares. Uma perspectiva não elimina a outra. E certamente no senso comum, no imaginário popular ou nas estruturas mentais de muitos indivíduos de variados estratos sociais ainda persistem vivamente categorias distintivas e distintas que separam “cultura superior” de “cultura inferior”.

A teoria disposicionalista preconizada por Bernard Lahire (LAHIRE, 2003; 2004) destaca o estudo da ação social, a partir do conhecimento da multiplicidade e de níveis consideráveis de heterogeneidade no universo das disposições incorporadas pelos agentes em seus diversos processos de socialização. Assim, o trabalho desenvolvido por ele pode ser compreendido como extensão e desdobramento da teoria praxiológica difundida por Pierre Bourdieu, uma vez que Lahire parte de conceitos e categorias já desenvolvidos por Bourdieu, como campo e habitus, redimensionando-os para dar conta das distinções sociais da sociedade contemporânea, múltipla e multifacetada. Esta diferenciação social é tema comum e recorrente na sociologia. Para atingir tal objetivo, Lahire destaca a necessidade de deixar de lado a grande teoria de lado, utilizando os conceitos com cuidado para a compreensão do detalhamento dos aspectos individuais dos agentes sociais.

Assim, embora reconheça a importância da divisão da sociedade por classes sociais, Bernard Lahire vai dar ênfase ao estudo da sociedade formada por indivíduos, deixando a problemática da divisão da sociedade em classes sociais em segundo plano – embora, em *A cultura dos indivíduos* destine um capítulo para cada classe social-, uma vez que o autor está mais interessado nas tendências individuais que ressaltam em escolhas pessoais e percursos individuais. Lahire acredita que o indivíduo não é objeto de estudo restrito apenas ao campo da psicologia, ao mesmo tempo em que a sociologia, enquanto ciência social, não deve abordar apenas as questões coletivas como referências de estudo. Sua tese é a de que a experiência social “fabrica” o indivíduo, definindo-o, sem, entretanto, engessá-lo como

agente criativo de seu próprio destino. Sendo assim, o interesse teórico do autor se debruça sobre as questões interiores desse indivíduo - não por acaso, Lahire utiliza a nomenclatura de indivíduo ao invés de agente, no sentido de ressaltar as características subjetivas de cada um -, no percurso da homogeneidade para heterogeneidade encontrados na esfera da diferenciação social

Para além do interesse nas trajetórias individuais, Bernard Lahire direciona seu olhar para casos específicos e atípicos de indivíduos considerados marginais em grupos sociais populares (LAHIRE, 2004), considerando que o conceito ou as categorias relacionadas às classes sociais existem objetivamente, mas as representações simbólicas de tais classes desaparecem quando se observa certas escolhas e padrões de comportamento que destoam de um *habitus* originário de determinada classe social. Considera ele que há uma multiplicidade de propriedades sociais na subjetividade individual relativas à estética, à moral, à religião etc. Para o sociólogo, essa multiplicidade de variáveis tendem a problematizar a análise sociológica que se dedica apenas às categorias de classes sociais, uma vez que as condições de socialização dos indivíduos são mais complexas.

As variadas esferas do mundo social tendem, por vezes, a serem contraditórias quando vistas em um indivíduo, determinando que a explicação para a ação daquele agente extrapole o mero *habitus* de classe. Assim, as diversas esferas simbólicas repercutem e são representadas diferentemente, de acordo com um grande número de variáveis e não apenas em relação à classe social a qual o indivíduo pertence, incluindo idade, gênero, posições religiosas e políticas etc. Tudo isso, conjuntamente, explica a visão de mundo e as práticas cotidianas dos indivíduos. São o que o autor chama de variações individuais ou diferenças intra-individuais, que ora resultam em dissonâncias intra-individuais, ou seja, trajetórias individuais improváveis, quando se observa o universo ou classe social a qual esse indivíduo pertence.

Enquanto Pierre Bourdieu define o *habitus* como um sistema de disposições, Bernard Lahire vai considerá-lo apenas como disposições (o produto resultante do social incorporado), reconhecendo, entretanto, como Bourdieu, que essas disposições são

duradouras, levando tempo considerável para se constituir. No entanto, embora duradouras, são mutáveis porque, em certos casos, podem sofrer atualizações ou flexibilizações. Isso explica a razão pela qual indivíduos socialmente próximos na escala social podem até mesmo realizar escolhas estéticas diferenciadas entre si sobre qualquer aspecto ou esfera da vida social, constituindo e construindo identidades individuais, para além do pertencimento de classe, embora o considerando. Em Lahire, os indivíduos fazem parte de grupos sociais, mas não estão circunscritos exclusivamente a esses.

As variações inter e intra-individuais dizem respeito às múltiplas percepções e apreciações contidas nas práticas culturais dos indivíduos, consequências das disposições (*habitus*) adquiridas nos processos de socialização, que irão determinar as diferenças intra-classes (indivíduo) e inter-classe, em função de trajetórias de vida distintas. Lahire admite que há condições de socialização que definem um padrão heterogêneo nas diversas classes sociais, recusando a homogeneização nas socializações das diversas classes sociais, mas reconhecendo que o *habitus*, em um sentido bourdieusiano, é mais adequado para compreender os extremos da escala social (ricos e pobres). Para o autor, as classes médias ficam à mercê de disposições muito mais flexíveis porque, eventualmente, transitam em esferas do universo social ora mais próximo dos dominantes ora dos dominados, definindo um padrão mais diverso de práticas culturais.

Se Bourdieu já definira o *habitus* não apenas como dimensão de certa reprodução social, mas como possibilidade da expressão individual, Lahire igualmente reconhece que as disposições individuais supõem alguma coerência entre a classe social de pertencimento e a prática cultural a ela relacionada, embora admita que não haja, necessariamente, tal correspondência. Os indivíduos, para Lahire, possuem internalizadas subjetivamente diversas classes sociais e têm noção da “hierarquia” social entre estas, mas podem adotar padrões distintos de seu *habitus* de classe, gerando disposições diferentes para o consumo, perfis culturais dissonantes e distinções intra-classes. Este é o mecanismo de funcionamento das disposições sociais nos indivíduos, que permite compreender a razão pela qual há variações individuais no interior de um mesmo grupo. Claramente, essas

disposições flexíveis e mutáveis não se dão ao acaso, sendo resultado de processos de longo prazo.

2.2 A recepção segundo a teoria disposicionalista

Os problemas de aplicação teórica da teoria da recepção que relaciona origem e pertencimento social, portanto *habitus* como sistema de disposições, ao consumo de determinados produtos culturais emergem quando da análise dos perfis individuais dos agentes, embora façam sentido quando observados dados estatísticos gerais sobre padrões de consumo que distiguem classes superiores de classes inferiores, como explicitado em *A Distinção* (BOURDIEU, 2007), que realça a dicotomia entre gosto legítimo e gosto bárbaro.

No caso do cinema, as questões implícitas à recepção são complexas e propõem perguntas como quem vai ao cinema? Que filmes assiste? Quantos filmes assiste por semana, ou por mês, ou por ano? Possui capital escolar elevado? Eventuais respostas são apenas parte da solução do problema, que seria solucionado mediante pesquisas quantitativas e estatísticas. No entanto, há problemas e limitações nessa abordagem porque, eventualmente, alguém pertencente a uma classe superior, com altos capitais culturais e econômicos pode não se interessar, por exemplo, pelo cinema de autor. Como resolver essa questão? Por outro lado, poderá ocorrer que um agente oriundo de classe social com baixo capital econômico e cultural possa, supostamente, interessar-se pelo cinema de autor. Apenas a boa vontade cultural resolveria o problema?

A teoria disposicionalista pressupõe que agentes pertencentes a classes sociais distintas vejam o mesmo filme, mas realizem a significação do filme de forma diversa. No subcampo do cinema há filmes para todo tipo de públicos espectadores pertencentes aos diversos meios sociais, definindo, provavelmente, que a apropriação da mensagem e os sentidos e os significados decorrentes são diversos. Há filmes comerciais para públicos interessados em cinema comercial. Há filmes “de arte” ou de autor para públicos interessados nesses

Assim, a questão que se coloca não é sobre quem compreende (ou não compreende) a obra em um sentido bourdieusiano da recepção, mas sim os usos que se faz dela. Nesse sentido, há uma convergência de propósitos teóricos entre o disposicionalismo de Lahire e as teses culturalistas quanto aos problemas da recepção. Não há apenas uma forma legítima de recepção cultivada pelo habitus do pertencimento social, familiar e escolar, que traz como consequência a posse do código legítimo de compreensão da obra, mas um grande espectro de respostas condicionadas às diferenças de gênero, pertencimento social, formação escolar e instrucional e idade. No entanto, embora essas diversas formas de apropriação sejam consideradas legítimas, pois já não se sustenta que haja apenas um código de recepção, é importante destacar que no subcampo do cinema permanecem as distinções entre cinema “de arte” e cinema comercial, conforme se verá adiante.

A obra de Lahire não deve ser percebida como a negação do arcabouço teórico do habitus bourdieusiano, uma vez que sua perspectiva disposicionalista é, em muitos sentidos, uma continuação ou desdobramento da teoria praxiológica. Lahire teoriza a partir de conceitos formulados por Pierre Bourdieu, embora estendendo-os. Trata-se de um ponto de vista dialético, pois hipoteticamente somente se nega efetivamente aquilo que se admite como existente. E o que Lahire desenvolve é uma atualização de um conceito teórico que serve para esclarecer um variado espectro das ações dos agentes ou indivíduos (como nomeia Lahire) em um período temporal abrangente do século XX, conforme realizou Pierre Bourdieu. Bernard Lahire vai tratar das diferenciações sociais contemporâneas, a propósito de um mundo socialmente renovado, a partir da contracultura dos anos 1960 que reconheceu a existência e deu visibilidade a novos agentes sociais (ou indivíduos ou sujeitos, conforme se queira nomear segundo a perspectiva teórica que se deseje), caminhando mais além com o reconhecimento das variações intra-individuais.

Objetivamente, as noções de campo e habitus em Bourdieu se prestam para embasar teoricamente os capítulos que explicam a estrutura, a conjuntura e a institucionalização do subcampo do cinema no Brasil, relacionados às partes I, II e III desta tese. A noção de disposições, empreendida por Bernard Lahire, serve para compreender o que move os

espectadores em seus aspectos subjetivos e individuais da prática espectral relacionada nas partes IV, V e, sobretudo, na VI desta tese.

2.3 Estudos culturais

Em um passo adiante com relação ao tratamento teórico destinados à figura do espectador, o modelo dos Estudos Culturais ingleses, a partir do conceito de hegemonia de Antonio Gramsci, situa os meios de comunicação no centro da sociedade moderna. Os estudos culturais admitem haver um sistema cultural dominante que se manifesta e atua pela interposição dos meios de comunicação, com atitudes, usos e costumes dos agentes sendo afetados pelo sistema. Assim como propunha a Escola de Frankfurt (HORKHEIMER; ADORNO, 1982), os conteúdos midiáticos são ideologicamente codificados e guardam um sentido preferencial.

No entanto, o avanço teórico proposto pelos estudos culturais ingleses em relação aos receptores concentrou-se, basicamente, nos usos que os diversos segmentos sociais (por classe, etnia, gênero) fazem da programação televisiva. Sobre a recepção de filmes, o modelo codificando / decodificando, sustentado por Hall (2003), pelo menos no caso do cinema, não dá conta, completamente, da particularidade da relação entre o filme e seu espectador. Assim, pensando numa realidade do cinema no Brasil, que, sob o ponto de vista da estruturação de campo transnacional, é periférico no sentido da existência de um padrão cultural hegemônico, oriundo dos EUA, são os estudos culturais latino-americanos que fazem a articulação com a teoria praxiológica de Bourdieu, através das pesquisas empíricas coordenadas por Néstor García Canclini, em torno da temática do consumo cultural na América Latina.

Há entre os dois autores convergência teórico-metodológica (o interesse em aferir empiricamente pressupostos teóricos e vice-versa). Ambos admitem a existência e hegemonia do padrão cultural hegemônico, mas Canclini, através da categoria de “americanização dos espectadores” (CANCLINI, 1995, p. 175-199), posiciona-se politicamente para contestar tal estado de coisas, definindo que ações podem ser

desenvolvidas no sentido de reversão desse quadro, uma vez que há uma tradição de cinema em países como México e Brasil, que construíram um imaginário próprio de representações das culturas locais entre os espectadores de cinema. Bourdieu, em seus últimos anos de vida, também se alinha à perspectiva culturalista, pelo menos no que diz respeito à crítica a hegemonia midiática norte-americana¹⁹ (BOURDIEU, 1999).

Os estudos culturais latino-americanos avançam na reflexão sobre a questão espectral no cinema, sobretudo quando se pensa na existência de um espectador periférico latino-americano. Tal agente é aquele situado geográfica e culturalmente na América Latina, região sistematicamente ocupada pelo produto audiovisual gerado na indústria cultural norte-americana. Sobretudo, em três países da região latino-americana encontram-se cinematografias já de longa tradição (Brasil, Argentina e México), com registro de ciclos e fases de produções nacionais em cada um desses. Alguns desses ciclos, inclusive, contaram com forte adesão dos públicos espectadores locais, a exemplo do que aconteceu no Brasil com o período do gênero chanchada, na década de 1950, e no cinema mexicano, entre os anos 1940 e 1950.

Néstor García Canclini apresenta a categoria de “americanização dos espectadores” como forma de compreender e sintetizar o processo pelo qual o espectador do subcontinente latino-americano, sobretudo em países como México, Brasil e Argentina recepcionam e consomem a produção cinematográfica hollywoodiana²⁰. Ao longo do século XX, nos três países, os espectadores oscilaram, por um lado, entre a adesão total ao habitus narrativo do filme hollywoodiano, e por outro, a uma considerável flexibilização desse habitus narrativo hollywoodiano, incluindo o consumo de filmes nacionais, ainda que os ciclos de sucesso comercial nesses países remontem à inspiração narrativa consagrada pelo cinema de Hollywood, pois, é importante destacar, que o habitus narrativo possui duas acepções: a primeira diz respeito ao cinema comercial produzido em Hollywood; a segunda diz respeito

¹⁹ BOURDIEU, P. Questions aux vrais maîtres du monde. **L’Humanité** (13.10.1999), **Libération** (13.10.1999) et **Le Monde** (14.10.1999).

²⁰ Ver Canclini, N. G. *Consumidores e cidadãos – conflitos multiculturais da globalização*. O livro é resultado de extensa pesquisa de recepção e enfatiza o consumo cultural, o cinema e outros meios de comunicação incluídos, na América Latina, sobretudo em países como Brasil, Argentina e México.

ao cinema produzido em qualquer parte do mundo, cuja inspiração seja a narrativa hollywoodiana.

A partir de estudo com os espectadores de filmes no México, Canclini conclui que tal espectador prefere um tipo de filme de puro entretenimento, ou seja, opta pela produção mais comercial, na qual narrativa e linguagem são submetidos a um ritmo de edição de imagens mais intenso, seguindo uma típica estética do filme de ação hollywoodiano, que induz à fraca concentração no filme. O autor se depara com o espectador / consumidor mais interessado no ritmo da narrativa e menos na trama.

O processo de “americanização” do espectador em curso nos países da América Latina, segundo Canclini, atingiu aqueles cinemas nacionais de forte tradição na cultura cinematográfica (Brasil e México). É verdade que o espectador médio de cinema, nesses países, é o grande consumidor do filme hollywoodiano, expressamente comercial, mas admite existir uma considerável demanda por filmes que tratam de problemas sociais contemporâneos, que identifica uma parcela minoritária do conjunto dos espectadores de cinema, para os quais o entretenimento mais digestivo não é a única motivação pela qual os agentes vão ao cinema. E isto se deve à tradição cultural, inclusive popular, do cinema brasileiro e mexicano.

Muito antes do surgimento da televisão, o subcampo do cinema, por meio de seu habitus narrativo, formou-se e firmou-se ao longo do século XX como o espaço social do lazer, por excelência, mas não apenas do mero entretenimento social, pois o cinema, sobretudo o cinema hollywoodiano, é o responsável por certos atributos para além dessa simples qualificação. O cinema, no passado, era considerado como uma atividade de entretenimento tradicional, sendo quase única. Atualmente, outras alternativas são proporcionadas aos consumidores.

3 Aplicação do conceito de campo à realidade do cinema

3.1 O subcampo do cinema

A opção pela escolha da nomenclatura “subcampo do cinema” no lugar de “campo do cinema” possui três implicações: a primeira diz respeito à influência que o universo do cinema sofre do campo da indústria cultural, que, por sua vez, compreende não apenas a atividade cinematográfica, mas também a fonográfica, editorial, televisiva etc.

A segunda implicação é o recorte metodológico decorrente da primeira – vinculação ou influência do campo da indústria cultural -, para fins didáticos porque a abordagem deste trabalho reconhece a relativa autonomia e a especificidade do subcampo cinematográfico, com suas disputas internas que independem totalmente do campo da indústria cultural, funcionando como um microcosmo no interior de um macrocosmo.

A terceira implicação se refere ao recorte histórico que define o subcampo do cinema como espaço majoritariamente nacional, embora não totalmente, uma vez que foi construído ao longo das décadas do século XX como espaço transnacional de repercussões locais, embora com interesses próprios específicos. Afirma Bourdieu:

Por exemplo, as variáveis nacionais fazem com que mecanismos genéricos tais como a luta entre os pretendentes e os dominantes assumam formas diferentes. Mas sabe-se que em cada campo se encontrará uma luta, da qual se deve, cada vez, procurar as formas específicas, entre o novo que está entrando e que tenta forçar o direito de entrada e o dominante que tenta defender o monopólio e excluir a concorrência. (BOURDIEU, 1983, p. 89).

Como se observa, campo em Bourdieu possui um viés histórico por conta de sua formação como espaço social, não sendo apenas e tão somente um conceito ou uma categoria de análise. O campo é o espaço onde se desenvolvem condições de possibilidade e de concorrência entre agentes, estabelecendo-se como idéia de sistema e espaço estruturado de posições. No seu interior há dominação e, conseqüentemente, dominantes e dominados (agentes produtores de filmes comerciais e agentes produtores de filmes autorais ou alternativos), havendo luta para que haja inversão dessas posições. A disputa gira em torno de um capital que lhe é próprio (a presença no mercado e o capital simbólico que

representa, para além do econômico), mas a disputa entre os agentes objetiva a perpetuação do campo.

Na teoria dos campos, Bourdieu reafirma a existência do habitus, como o sistema de disposições necessárias que permite a ação no interior do campo, uma lógica geral que orienta e organiza seu interior. No caso do subcampo do cinema, o habitus dominante é o do cinema narrativo comercial. Essas disposições (o habitus) são próprias, específicas, duradouras e referenciais do campo. Tal definição de campo e habitus se adequa à realidade social do cinema.

Assim, o subcampo do cinema, percebido nesta tese, é influenciado, embora independente, pela lógica que rege o campo da indústria cultural, sendo mesmo um apêndice deste, embora autônomo e com regras próprias de funcionamento. No entanto, devido a complexidade de sua formação e a diversidade de seus agentes, o subcampo do cinema mantém, ainda que em menor escala, relações com outros campos sociais, para além do campo da indústria cultural, especialmente aqueles contidos no campo maior da produção cultural erudita²¹, a exemplo do campo artístico. Isto se deve ao fato de que, embora o cinema seja uma atividade de características industriais e comerciais, cujo objetivo é basicamente o entretenimento destinado a muitas camadas sociais, seu processo de legitimação sócio-cultural foi mediado, em grande parte, pela influência que, de alguma maneira, o campo artístico e o campo erudito exerceram (e exercem, ainda que minoritariamente) sobre o subcampo do cinema.

Tal correlação de forças entre agentes sociais no interior do subcampo do cinema acontece, em boa medida, porque esses agentes ora são orientados pelo habitus do campo da indústria cultural ora pelo habitus do campo artístico ou do campo da produção cultural erudita. Ao longo de todos os capítulos desta tese, essa disputa no subcampo estará sendo explicitada porque, de fato, nunca deixou de existir, embora a lógica do campo da indústria cultural quase sempre tenha prevalecido. Todo o campo social existe em função de um habitus. E

²¹ BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2005. p. 105-116.

tal estado de coisas não é diferente com o subcampo do cinema, que, ao longo de quase um século de existência, sustenta-se por meio da consagração daquilo que nesta tese é nomeado de *habitus* narrativo, conforme é abordado no segundo capítulo.

O cinema, como técnica, existe desde finais da última década do século XIX, mas só começa a se configurar como estrutura de campo em meados da primeira década do século XX, com a disputa pelo mercado norte-americano, que nesta época era ocupado majoritariamente pelo cinema francês. Ainda assim, apenas nos anos 1910 é que a narrativa cinematográfica dos filmes de longa-metragem define o subcampo completamente, com o processo de formação se efetivando com a legitimação artística do cinema entre os anos 1910 e 1920. A partir daí, o subcampo do cinema evolui progressivamente alcançando dimensões internacionais.

As categorias e noções de Pierre Bourdieu, abordados na primeira parte deste capítulo, são explicitados e adequados à compreensão da realidade social da atividade de cinema inserido numa lógica do campo da indústria cultural. Tais conceitos servem para o entendimento da atividade do cinema tanto no pólo da produção (onde se configura o subcampo do cinema, com suas lutas entre grupos distintos de agentes) quanto no pólo da recepção, que diz respeito às formas pelas quais os agentes espectadores significam e dão sentido àquilo que lhes apresenta o subcampo cinematográfico.

De acordo com a lógica bourdieusiana de explicação das estruturas sociais e de seus agentes, a pesquisa abrange a realidade estrutural do cinema enquanto campo e o *habitus* criado pelos agentes do subcampo do cinema conforme suas posições específicas. Neste capítulo observa-se a macro-estrutura do cinema, orientada pela lógica da indústria cultural. Assim, os conceitos mais fortemente presentes são o de campo e *habitus*, embora estes permaneçam ao longo de toda a tese. As categorias de *habitus* individual, capital cultural, distinção social, gosto e violência simbólica – desdobramentos teóricos do pensamento bourdieusiano – são inseridas na realidade do subcampo do cinema, de forma mais detida, no decorrer dos capítulos seguintes desta tese.

Esta pesquisa trata do cinema não especialmente como expressão artística, ou seja, o subcampo do cinema é um espaço que contempla a perspectiva de que os filmes de longa-metragem, exibidos em circuito comercial de salas de cinema, são ora expressão artística (em menor escala) ora produtos culturais gerados por uma indústria, mas majoritariamente este estudo compreende o segundo aspecto como sendo o mais forte do subcampo do cinema. E essa ambivalência – indústria e arte – estará muitas vezes como tema de algumas das lutas do subcampo.

Conforme foi abordado anteriormente, considera-se que o valor atribuído às obras de arte decorre de um conjunto de fatores social, histórica e culturalmente condicionados. É essa perspectiva que se adota também neste trabalho com relação ao subcampo do cinema. Assim, todas as vezes que a questão axiológica se pronuncia nesta tese, esta é realizada a partir do entendimento e da percepção dos próprios agentes do subcampo envolvidos.

A noção de campo, válida para a esfera da cultura e da arte, encontrada no pensamento bourdieusiano, proporia, teoricamente, a configuração do subcampo do cinema, centrada basicamente na lutas internas dos agentes da produção artística e cultural por um recurso escasso, com esses agentes ocupando posições distintas e diversas. Assim, um hipotético subcampo do cinema existiria basicamente funcionando na esfera da produção do subcampo, que reúne cineastas, produtores e diretores. Acontece que o universo do cinema apresenta peculiaridades e complexidades que tornam necessário compreender o subcampo no sentido de um sistema de relações mais amplo que extrapola a esfera da produção, adentrando as esferas da distribuição e exibição, por uma vinculação bastante acentuada com o campo da indústria cultural. A explicação é relativamente simples: a razão de muitas das lutas internas entre produtores e diretores no subcampo do cinema está relacionada não apenas à esfera da produção, mas também (e diretamente) às da distribuição e exibição.

O “recurso escasso” em disputa no subcampo pode ser compreendido como a presença no mercado interno nacional do produto nacional, mas não apenas sob o ponto de vista econômico-financeiro que proporciona aos produtores nacionais, mas a dimensão simbólica acarretada pela ocupação desse mercado, em relação aos espectadores brasileiros. Ou seja,

uma produção nacional que torna visível a representação das identidades individuais e coletivas dos diversos espaços e segmentos sociais brasileiros, alcançando aquela máxima defendida pelo acordo geral, oriundos das doxas, nas quais “o cinema deve ser espelho de sua própria realidade, argumento sempre utilizado e presente em qualquer um dos ciclos de cinema nacional, existentes ao longo da formação do subcampo do cinema no Brasil, conforme será visto nos próximos segmentos da tese.

Assim sendo, a estruturação do subcampo do cinema correlata ao conceito de campo de Bourdieu proposta neste estudo deve compreender:

- A primeira, a esfera de produção do filme, que reúne os agentes de produção (os cineastas, produtores e diretores de cinema). Uma observação importante é que, no caso brasileiro, o papel do Estado como fomentador / produtor da atividade cinematográfica é de especial relevância, fazendo com que se inclua na esfera da produção os gestores das instâncias e dispositivos estatais de incentivo à produção cinematográfica e regulação do setor cinematográfico, a saber, o Ministério da Cultura e as leis de incentivo à atividade cinematográfica).
- A segunda, a esfera de distribuição do produto audiovisual, que congrega os agentes de distribuição de filmes (empresas nacionais e internacionais privadas e públicas).
- A terceira, a esfera da exibição, que reúne os conglomerados de salas de cinema, que são organismos nacionais e internacionais, de médio, grande e pequeno porte, podendo ser privados e públicos.

Além dessas três esferas, uma quarta dimensão, a esfera do consumo, que teoricamente não se enquadraria em uma rígida aplicação do conceito do campo bourdieusiano, necessita ser ao menos investigado porque se refere ao destinatário da produção do conteúdo do subcampo do cinema - a figura do espectador. Na esfera do consumo há ainda os agentes intermediários, como jornalistas, críticos, especialistas em marketing, publicitários e, de um

modo geral, a mídia, que serão encarregados de fazer a intermediação e a divulgação, através da comunicação, do produto audiovisual com o seu destinatário, que é o espectador.

Em cada uma dessas esferas do subcampo cinematográfico, há diversos interesses em jogo, muitos deles contraditórios e divergentes, gerados pelo caráter de competitividade que existe inerente à atividade cinematográfica, pois no mercado há muitos filmes lançados semanalmente lutando pela atenção do espectador. No caso do Brasil, há a competição do produto estrangeiro, notadamente o norte-americano, que costuma ocupar esse mercado de exibição, não deixando muito espaço para o filme nacional ser reconhecido pelo público. Há, como se observa, uma constante luta entre os diversos agentes, o que define a questão do mercado como fundamental para o entendimento da relação do espectador com o filme brasileiro.

O contexto da estrutura do cinema é abordado na tese como um subcampo que guarda vinculação ao campo maior da indústria cultural, ou seja, a orientação dominante do subcampo do cinema é a das relações industriais e comerciais que regem a produção, distribuição, circulação, exibição e consumo do produto cultural filme, sendo o subcampo do cinema, como espaço social, uma estrutura estruturada e, ao mesmo tempo, uma estrutura estruturante, além de ideologia. O campo da indústria cultural, mais abrangente e que funciona pelo regramento do sistema de produção, distribuição e exibição de bens simbólicos e também materiais, contém, em seu interior, o subcampo do cinema, que possui como espaço social uma configuração de dimensões específicas.

Desta forma, o subcampo cinematográfico é percebido como gerador de um habitus narrativo, que remonta ainda início do século XX. Ou seja, ao ser configurado como um sistema complexo de relações inserido na realidade da indústria cultural, o subcampo cinematográfico forma, como disposição geral, um habitus narrativo, consagrado, por sua vez, no predomínio das disposições dos agentes que fazem do cinema uma atividade predominantemente comercial, sobretudo pelo cinema pioneiro no sentido da atividade cinematográfica industrial, que corresponde ao cinema produzido em Hollywood, a partir do início do século XX. O habitus do cinema é consubstanciado, em grande parte, como

estrutura estruturante, porque possui características por vezes moldáveis e flexíveis, a depender dos interesses dos agentes envolvidos. Assim, o habitus surge a partir da ação dos agentes no interior do subcampo, das definições e estratégias de produtores, cineastas e artistas criadores, embora estejam em grande parte, quase sempre, sob a lógica industrial-comercial, que é gerada a partir do campo da indústria cultural. O conceito de habitus narrativo é abordado e aprofundado na segunda parte desta tese.

4 Aspectos metodológicos

A pesquisa sociológica focada na figura do espectador cinematográfico, situado como um agente inserido em um campo social, parte de alguns pressupostos valorativos que dizem respeito (MASCARELLO, 2004):

- Qual é o público que julga a obra ou o produto cultural (enfim, sobre qual classe social se fala);
- Qual a função que se espera que a obra ou o produto cultural cumpra (entretenimento, elevação estética, sensibilização política etc.);
- Quais as circunstâncias da fruição dessa obra ou produto cultural (cinema alternativo, sala do multiplex). Em outras palavras, a atribuição de valor depende sempre de três variáveis: é bom para quem? É bom para quê? É bom em que circunstâncias?

A tradição sociológica abrange as duas vertentes metodológicas, qualitativa e quantitativa. A teoria praxiológica de Pierre Bourdieu se caracteriza, sob o ponto de vista metodológico, por um forte amparo na pesquisa empírica. A utilização de dados quantitativos em procedimentos teórico-metodológicos das ciências sociais, e, sobretudo, na sociologia da cultura, deve se caracterizar muito mais como ilustração do que como definição de verdades científicas. A metodologia qualitativa é compatível com o auxílio do uso de dados quantitativos, com o objetivo de demonstrar certos elementos que são importantes, geralmente elementos que são subsidiários ou dão suporte à análise geral, esta sim qualitativa.

Por outro lado, o discurso mais consistente e aprofundado dos agentes sobre a realidade do cinema brasileiro é mais rico quanto mais qualitativo for, pois há dificuldade em traduzir numericamente a fala do agente, posto que a riqueza da interpretação hermenêutica seja prejudicada pela mera quantificação de dados. Assim, o esforço metodológico desta pesquisa é o de articular tanto a perspectiva qualitativa quanto a quantitativa, incluindo diversas técnicas de coleta de dados, a saber:

Dados primários:

I - Entrevista em profundidade com 07 (sete) espectadores, após terem assistido aos 30 minutos iniciais dos filmes: *Central do Brasil* (1998), *Lavoura Arcaica* (2001), *Cidade de Deus* (2002) e *Tropa de Elite* (2007). Os entrevistados são homens e mulheres de diferentes idades e distintas áreas de atuação profissional. O conteúdo da entrevista focou a experiência do agente como espectador de cinema e sobre a temática e a linguagem dos filmes em questão.

II - Entrevista com aplicação de questionário estruturado com os espectadores do Cinema da Fundação. Escolheu-se o método não probabilístico intencional (um grupo específico de indivíduos com um objetivo comum – ir ao Cinema da Fundação – para saber sua opinião sobre cinema e filmes). Os 300 espectadores foram entrevistados aleatoriamente no *hall* do Cinema da Fundação antes e/ou depois de iniciadas as sessões, por seis entrevistadores, estudantes de graduação de ciências sociais, comunicação e serviço social, em 2005. A amplitude amostral mínima necessária é de 272 questionários. Este valor foi estimado considerando um intervalo de confiança de 90%, e um erro de cinco pontos percentuais. Entre os entrevistados, 53,7% eram homens e 46,3% eram mulheres. Os cálculos estatísticos para o dimensionamento de amostras são elaborados de maneira tal que o pesquisador tenha informações bastante significantes do fenômeno analisado com um número reduzido de amostras, baixo custo e em pouco tempo.

III - Análise de informações anotadas no diário de campo, oriundas de observação não-participante realizada nas salas de cinemas do Recife, antes, durante e depois da exibição de filmes, observando o comportamento, a fala, as práticas e os gostos dos espectadores. Pesquisa realizada entre 2007 e 2009.

Dados secundários:

I - Utilização de dados das pesquisas quantitativa e qualitativa: *Hábitos de consumo no mercado de entretenimento* e *Projeto Cinema – Dados qualitativos*, ambas realizadas pelo Instituto de Pesquisas Datafolha, para o Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do município do Rio de Janeiro, em 2008.

II - Utilização de dados da pesquisa quantitativa *Atributos que influenciam na escolha de cinemas e os hábitos de consumo de seus freqüentadores: um estudo de caso no Recife expandido*, coordenada pelos professores Walter Moraes e Pierre Lucena, do curso de Administração da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), em 2008.

III - Utilização de dados quantitativos sobre bilheteria do cinema brasileiro entre 1970 e 2006, oriundos de levantamento realizado pela Agência Nacional de Cinema (ANCINE), em 2007.

IV - Utilização de dados quantitativos sobre produção, distribuição e exibição de filmes no Brasil, oriundos do banco de dados *Database Brasil* do Portal Filme B (www.filmeb.com.br).

V - Análise do conteúdo dos comentários de internautas reunidos no Grupo de Discussão da Seção Cinema do UOL, no fórum *O que você acha da polêmica criada em torno de Tropa de Elite*, lançado no dia 02 de outubro de 2007, semanas depois do lançamento pirata em DVD do filme e três dias antes do lançamento do filme nos cinemas do Rio - São Paulo e dez dias antes do lançamento no Recife. O fórum bateu um recorde de comentários enviados, em torno de 1000 (mil) mensagens.

II
BREVE HISTÓRIA SOCIAL DO CINEMA

1 A lógica da indústria cultural no subcampo do atual cinema norte-americano

O cinema é um campo transnacional, cuja hegemonia é do cinema produzido nos EUA, sobretudo em Hollywood. Por sua configuração industrial, o filme hollywoodiano possui largo alcance, sobretudo por conta de sua exibição internacional. O espaço no qual esta indústria de filmes está inserida é um complexo sistema de relações entre agentes de produção, distribuição e exibição de filmes, além de outros relacionados aos aspectos da divulgação desses produtos. Em jogo, e seguindo a lógica do campo da indústria cultural, o capital simbólico mais importante é o poder econômico, embora outros capitais, em menor escala e proporção, possuam relativa importância. Bourdieu estabelece as diferenças entre campo de produção cultural erudita e o campo da indústria cultural²², onde o subcampo do cinema encontra-se inserido:

O sistema de produção e circulação de bens simbólicos define-se como o sistema de relações objetivas entre diferentes instâncias definidas pela função que cumprem na divisão do trabalho de produção, de reprodução e de difusão de bens simbólicos. O campo de produção propriamente dito deriva sua estrutura específica da oposição – mais ou menos marcada conforme as esferas da vida intelectual e artística – que se estabelece entre, de um lado, o campo de produção erudita enquanto sistema que produz bens culturais (e os instrumentos de apropriação destes bens) objetivamente destinados (ao menos em curto prazo) a um público de produtores de bens culturais que também produzem para produtores de bens culturais e, de outro, o campo da indústria cultural especificamente organizado com vistas à produção de bens culturais destinados a não-produtores de bens culturais (“o grande público”) que podem ser recrutados tanto nas frações não-intelectuais das classes dominantes (“o público cultivado”) como nas demais classes sociais. Ao contrario do sistema da indústria cultural que obedece a lei da concorrência para a conquista do maior mercado possível, o campo da produção erudita tende a produzir ele mesmo suas normas de produção e os critérios de avaliação de seus produtos, e obedece à lei fundamental da concorrência pelo reconhecimento propriamente cultural concedido pelo grupo de pares que são, ao mesmo tempo, clientes privilegiados e concorrentes. (BOURDIEU, 2005, p. 105).

A questão básica desse sistema é o consumo de filmes. Em outras palavras, a adesão dos espectadores ao produto final da indústria. Para isso, sobretudo na atual fase do cinema industrial hollywoodiano, os grandes estúdios investem expressiva parte (alguns, a maior parte) dos orçamentos de produção em marketing e publicidade visando à promoção dos filmes e o conseqüente retorno de bilheteria. Mas, para que isso aconteça torna-se

²² BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

necessário que o filme consiga permanecer em cartaz em um número razoável de salas – este número varia de filme para filme - por pelo menos duas semanas.

Há filmes com orçamentos acima de US\$ 100 milhões que são gastos com altos cachês para famosas estrelas de cinema, investimento em efeitos visuais e sonoros de última geração tecnológica. São produções que investem na tecnologia, mas repetem clichês e fórmulas consagradas. Isto é particularmente observado em filmes de ação e aventura, terror, nos chamados filmes-catástrofes e nas refilmagens de sucessos do passado. Em verdade, as superproduções da grande indústria são realizadas com a finalidade primeira de “vender” produtos, seja através do *merchandising* explícito ou mesmo subliminarmente, como é característico do campo da indústria cultural.

No final do Século XX, o subcampo do cinema se ajusta à onda econômica neoliberal, quando ocorreram fusões de empresas antes concorrentes e incorporação de pequenos grupos por um grande grupo. Além disso, aconteceu a entrada no ramo de empresas cujo objeto de negócio não guardava qualquer relação com o negócio de cinema. Uma companhia de água francesa comprou estúdios hollywoodianos. Multinacionais do ramo eletro-eletrônicos adquiriam companhias em Hollywood, assim também como uma empresa de bebidas canadense. A explicação para isso é a de que o cinema é algo tão poderoso, ou seja, é produto material e simbolicamente consumível.

Há dificuldade até mesmo em categorizar e classificar as atuais companhias cinematográficas, pois estas não podem sequer ser classificadas apenas com a nomenclatura de “companhias”, tal a abrangência transnacional das mesmas. Antigos estúdios, dos tempos dos pioneiros do cinema hollywoodiano, atualmente pertencem a conglomerados de comunicação, que incluem provedores de internet, canais de TV por assinatura, cadeias de videolocadoras, revistas do segmento de cinema. Ou seja, um mesmo filme, pertencente a um estúdio, poderá ser distribuído e promovido por, pelo menos, meia dúzia de maneiras.

Essa integração vertical tem como consequência a centralização do poder. Os atuais chefes de estúdio são apenas gerentes de divisão desses grandes conglomerados transnacionais,

ocupando cargos intermediários de gestão. O fenômeno da entrada de grandes multinacionais no subcampo cinematográfico é consequência direta da maximização dos lucros alcançados pelo subcampo do cinema entre os anos 1980-1990. Enquanto o cinema prosperava estavam as companhias transnacionais à espera do momento ideal para entrar no negócio absorvendo as companhias hollywoodianas.

A nova organização dessas empresas passou então a obedecer a organogramas das multinacionais que as incorporaram. Assim, a atividade cinematográfica se tornava semelhante a outros empreendimentos desses grandes grupos transnacionais. Uma nova mudança se opera no interior do campo porque o filme deixa de ser ontologicamente um produto simbólico, e passa a ser um produto como outro qualquer, importando somente a sua possibilidade de inserção satisfatória no mercado. Assim, os agentes envolvidos na ação criativa perdem – ainda mais - valor no campo, em função da emergência dos aspectos mercadológicos.

1.1 O marketing e a publicidade no subcampo do cinema contemporâneo

Dentre as estratégias de visibilidade que os agentes do campo -, no caso, produtores e distribuidores de filmes -, desenvolvem para que seu produto se destaque no meio de um conjunto de lançamentos semanais está o recurso de lançamento simultâneo do filme em centenas e, às vezes, milhares de salas. No entanto, o que a prática mostra é que nem sempre essa estratégia alcança resultados satisfatórios.

No concorrido mercado cinematográfico, além da qualidade do filme, é necessário (para que este alcance repercussão e seja percebido pelo público) que estratégias de marketing e comunicação sejam acionadas. A regra mercadológica da grande indústria cinematográfica hollywoodiana determina que o simples projeto de um filme permite antecipar o que pode ser dele derivado e comercializado. É parte do processo de venda de uma grande produção cinematográfica; é parte do negócio e o que faz o subcampo cinematográfico ser o que é. Esse estado de coisas faz com que os agentes envolvidos no marketing passem a ter mais legitimidade e mais poder (capital simbólico).

Há uma espécie de consenso no cinema contemporâneo – pelo menos com relação à grande indústria - de que é necessário gastar grande volume de recursos em marketing porque disso resultará um filme bem sucedido comercialmente. Trata-se de aspectos exteriores ao filme que o fazem existir. Por exemplo, um filme orçado em US\$ 100 milhões (apenas para a produção), que tenha destinado somente US\$ 10 milhões para o marketing, corre risco sério de ser esquecido pelo espectador e os agentes que trabalham na mídia especializada.

No interior do subcampo, é pacífico que o marketing é essencial para que seja mobilizada toda a expectativa com vistas ao final de semana de estréia do filme. Caso o marketing tenha falhado e o fim de semana de estréia tenha sido ruim em termos de expectativa de bilheteria, é bem provável que o filme não venha mesmo a se transformar em sucesso de público. Se isso acontece, o filme não será, posteriormente, bem vendido para ser exibido nas televisões aberta e paga, assim como as vendas em DVD estarão igualmente ameaçadas. Percebe-se, assim, um sistema encadeado, um processo, no qual se uma estratégia de lançamento não funciona, outras etapas *a posteriori* estarão prejudicadas.

Dentre as inúmeras estratégias mercadológicas adotadas, o recurso dos *trailers* é um aspecto de extrema relevância no objetivo de criar expectativa em torno da promoção de lançamento de uma superprodução. De um modo geral, esse marketing será capaz de encher, razoavelmente, as salas de cinema em sua estréia.

O cotidiano dos estúdios de Hollywood inclui relatórios sobre pesquisas de mercado que mostram o desempenho dos filmes lançados quanto a sua ocupação nas salas de cinema, assim como compara seus números com dados de outros filmes lançados no mesmo final de semana, observando o interesse dos espectadores. Esses documentos mostram se o público sabe da existência de determinado filme e classifica os espectadores por categorias como faixa etária, população das cidades, frequência às salas de cinema, entre outras. É tanta a informação gerada que há sempre o impulso de se gastar mais com marketing e publicidade. Trata-se de um mercado hipercompetitivo.

Além disso, há o recurso das platéias teste, onde um filme, prestes a ser lançado, é exibido para pequenos grupos de espectadores de seu público-alvo, visando prever a reação da platéia em relação à adesão ou à rejeição ao filme. A depender do resultado, esse filme poderá ser remontado para se amoldar ao gosto dos seus espectadores. É indústria e por isso se faz necessário estreiar o filme o quanto antes. Em Hollywood, investem-se algumas dezenas de milhões de dólares em marketing e publicidade apenas para promover o filme no mercado norte-americano e canadense, excluído o resto do mundo. Ao estreiar uma produção desse nível, as duas primeiras semanas de exibição e o final de semana de estreia são considerados, atualmente, como decisivos para desempenho geral do filme.

Há consenso de que é preciso investir em promoção para que o final de semana de lançamento esteja com as salas de cinema lotadas. Caso isso não aconteça, nos finais de semana subsequentes, a frequência do público cairá consideravelmente, pois novos filmes estreiarão, atraindo a atenção dos espectadores. Assim, pode acontecer de um filme que levou anos para ser produzido ter a sua carreira fracassada em poucos dias. O ciclo de estreias do filme nos EUA e no resto do mundo encurtou. A tendência é que logo que seja lançado no mercado norte-americano, uma grande produção possa em seguida estreiar nos principais mercados cinematográficos do mundo, incentivada pelos números alcançados no mercado dos EUA.

O filme é, de um modo geral, um produto imprevisível no que tange à adesão ou não do público espectador. Há, tradicionalmente, histórias de filmes que investiram grandes orçamentos em produção, distribuição, exibição e promoção, mas que foram mal sucedidos nas bilheterias. Em virtude disso, no subcampo cinematográfico, faz-se necessário apostar em fórmulas que deram certo do ponto de vista mercadológico, ou seja, apostar em filmes que foram bem sucedidos junto aos espectadores. Assim minimizam-se os riscos do negócio.

Desde o início, a partir do roteiro, grupos de executivos dos estúdios hollywoodianos discutem os variados aspectos que serão determinantes para que este ou aquele filme seja ou não produzido. A possibilidade do marketing é um dos principais elementos extra-filme

a ser considerado: quanto esta ou aquela empresa transnacional irá investir ou não no filme; que produtos derivados da parte simbólica do filme, como brinquedos e videogames, podem ser produzidos. Os aspectos mercadológicos são amplamente postos na discussão, mas os aspectos artísticos e criativos do filme, como o seu significado cultural, são aspectos secundários ou irrelevantes.

1.2 Importância dos espectadores estrangeiros para o cinema de Hollywood

Os filmes de grandes orçamentos na indústria cinematográfica norte-americana são comumente produções que contam com efeitos visuais e imagens computadorizadas com o objetivo de atrair espectadores, especialmente àqueles situados na faixa infantil e jovem. Grandes produções orçadas em US\$ 50, 80 ou 100 milhões são investimentos que obrigatoriamente necessitam de retorno financeiro para quem investiu. Para isso, os estúdios de Hollywood se utilizam de todo tipo de tecnologia existente no mercado (som, efeitos visuais, computação gráfica etc.) para atrair consideráveis parcelas dos espectadores, sobretudo porque a maioria do público espectador é formada por crianças e adolescentes.

O comum é que produções desse tipo apresentem poucos diálogos, servindo para entreter as faixas infanto-juvenis dos espectadores locais e de mercados fora dos EUA e dos países de língua inglesa, uma vez que, por suas características centradas na ação física e fortemente no suporte audiovisual, costumam ser de fácil tradução e compreensão para os públicos espectadores internacionais. Muitas vezes, seus enredos não fazem sentido – isso é especialmente comum em filmes do gênero ação e aventura, mas como são repletos de ação física e efeitos visuais tendem a seduzir os espectadores interessados em cinema apenas como leve entretenimento.

Os filmes hollywoodianos são produzidos visando inclusive a esse mercado de língua não-inglesa, como a América Latina, Europa e grande parte de Ásia e África. Um sucesso no mercado dos EUA e do Canadá significa um cartão de visitas para os mercados internacionais, pois o mercado norte-americano e canadense não é capaz de, isoladamente,

trazer retorno financeiro para as grandes produções. A conta é simples: há mais de 330 milhões de pessoas nos EUA e quase seis bilhões no resto do mundo. Por exemplo, filmes de ação de grande orçamento podem render o dobro nos mercados fora dos EUA.

1.3 A importância dos espectadores jovens

Conforme indicam as pesquisas de mercado, a maior parcela de espectadores se situa na faixa de 12 e 19 anos, sobretudo nos períodos de recesso escolar como junho-julho e dezembro-janeiro. Essas temporadas são especiais para a indústria do cinema. É quando filmes infantis e fantasias audiovisuais entram em cartaz de forma mais sistemática, deixando praticamente de lado produções voltadas para públicos adultos. Assim, é natural que a indústria cinematográfica opte por produzir preferencialmente para tais faixas de espectadores.

Na medida em que os filmes ficam mais caros para serem produzidos, mais dificuldades as superproduções encontram para faturar aquilo que provoque uma margem de lucro aceitável. Isso acontece porque essas superproduções são lançadas em muitas salas de cinema simultaneamente no mesmo final de semana, com uma queda brusca de público já no segundo final de semana, em virtude da concorrência.

Os especialistas acreditam que essas quedas vertiginosas de público podem guardar alguma relação com as estratégias de marketing e publicidade que são estruturadas quando da temporada de lançamento de uma superprodução, pois esses agentes avaliam que é perfeitamente possível promover filmes de “má qualidade artística”, atraindo espectadores no final de semana de estreia, mas é impossível fazer com que essas pessoas que o assistiram recomendem para família e amigos se não julgarem que o filme é bom. Neste momento, cessa o poder do marketing e publicidade em torno do filme, dificultando que a tal superprodução arrecade o dobro dos US\$ 100 milhões investidos em promoção, gerando prejuízos monumentais.

Os orçamentos das superproduções hollywoodianas são tão elevados e as condições de concorrência no mercado de exibição cinematográfica são tão acirradas que praticamente

minimizam os lucros das companhias produtoras que constituem o subcampo cinematográfico. Em função dessa saturação de filmes nos complexos de salas múltiplas, os agentes do campo vislumbram alternativas de lucros relacionados às superproduções através do lançamento de produtos agregados como videogames, brinquedos, parques temáticos e, claro, o mercado auxiliar da exibição doméstica de cópias em DVD e a venda do filme para a exibição em canais pagos e abertos.

1.4 O cinema de baixo orçamento e o cinema independente

À margem do grande sistema de produção distribuição e exibição da mega-indústria hollywoodiana subsiste outro cinema norte-americano. Trata-se de filmes de baixo orçamento, que, periodicamente, tornam-se inesperados sucessos de bilheteria. Filmes nomeados de cinema independente, que encontram grandes dificuldades em ser exibidos de uma forma mais sistemática, mas que eventualmente conseguem transpor a barreira imposta pelo cinema de grande orçamento.

Quando a era dos grandes estúdios terminou em Hollywood, por volta dos anos 1960, começou a florescer na indústria uma tendência de cinema de produção independente, que atingiu o seu auge nos anos 1980. A partir daí, uma seleção anual de filmes de qualidade foi produzida. Mas, como era de se supor, filmes independentes em produção costumam ser também independentes na narrativa e nas temáticas, privilegiando trabalhos mais autorais desatrelados à fórmula industrial do cinema hollywoodiano.

São produções que não dispõem do enorme aparato de marketing, promoção e publicidade da indústria hollywoodiana, e que, conseqüentemente, não podem concorrer com os filmes norte-americanos. Tabus da indústria como a “síndrome do final de semana” não fazem parte da realidade de produções de baixo orçamento, que não possuem uma rede de distribuição de longo alcance. Assim, os agentes mais intelectuais do subcampo do cinema nos EUA tendem a perder espaços para o grande cinema comercial. Ainda assim, novas gerações de cineastas independentes conseguiram projeção nacional, em princípio se situando à margem da indústria. Mas, é difícil transpor tais barreiras.

O cineasta David Lynch, ao ser provocado por pergunta de entrevistador em programa de TV, sobre se seria um cineasta “boicotado” por Hollywood, afirmou que não se considera “boicotado” pela indústria de cinema norte-americana, mas destacou que a liberdade total, inclusive fazer a edição final (*final cut*) do filmes em Hollywood somente é permitido aos cineastas cujos filmes renderam U\$ 100 milhões de bilheterias, o que não é o caso dele, cujos filmes percorrem circuitos mais alternativos, ditos “de arte”. Assim, na estrutura da grande indústria hollywoodiana, não seria facultado a ele (David Lynch) o controle do *final cut* em seus filmes. Em virtude disso, ele não assina contratos com tais produtores, preferindo filmar com produtores independentes, que lhe proporcionam controle total sobre a criação artística de seus filmes²³.

Até a década de 1970, quando o sistema de lançamento dos filmes hollywoodianos não era movido por grandiosas campanhas publicitárias e de marketing nem pela síndrome do final de semana, havia uma expectativa em torno do lançamento dos filmes que era construída aos poucos e, caso a produção fosse considerada boa, ela teria a possibilidade de crescer em espaços ocupados nas salas de cinema. Os agentes da crítica especializada desempenhavam um papel mais importante, pois era de sua atribuição, ao formar opinião, tornar certos filmes mais visíveis para os espectadores. Além disso, o sistema da indústria não era verticalizado como atualmente, fazendo com que os proprietários das salas dessem tempo para o filme ser conhecido. Uma realidade bem oposta da atual.

Filmes densos sob o ponto de vista formal e de conteúdo são direcionados quase sempre para o público adulto, uma minoria interessada em filmes mais reflexivos que costumam levar tempo para serem assimilados pelos espectadores. Desta forma, no circuito independente, cria-se outro sistema de legitimidade no interior do subcampo do cinema, baseado no valor do capital artístico e não no capital econômico-financeiro. Neste espaço do campo, os agentes da criação têm mais valor social que os da distribuição e do marketing.

²³ Fonte: programa de entrevistas *Roda Viva* (TV Cultura de São Paulo, em 03 de novembro de 2008).

No entanto, atualmente, percebe-se que a lógica econômica atinge até mesmo o cinema dito independente. A configuração desse segmento nos EUA está se modificando, não apenas no sistema de distribuição-exibição nos quais está inserido, mas também nas narrativas e abordagens de temas que buscam. O lançamento de algumas dessas produções independentes já foi incorporado até mesmo pela grande indústria. Um dos casos mais conhecidos é o da Miramax, companhia distribuidora que lançava filmes independentes nos EUA, produções de baixo orçamento que foram reconhecidos por segmentos do público espectador, graças ao trabalho de lançamento promovido por essa companhia.

Descobriu-se, posteriormente, que a Miramax era na verdade uma divisão da Walt Disney Company, ou seja, estava perfeitamente enquadrada na grande indústria hollywoodiana. Atualmente, a Miramax é vista como um estúdio qualquer, que nasceu pequeno, cresceu, mas mantém uma divisão “clássica”, normalmente para lançar no mercado norte-americano filmes de baixo orçamento ou até mesmo produções estrangeiras (para os norte-americanos), como o filme brasileiro *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles, 2002), na tentativa de manter conexão com o que algum dia foi a companhia, mantendo-se com legitimidade econômica e cultural, ou simultaneamente com capitais econômico e cultural.

A outra síndrome da indústria poderá explicar o que aconteceu com esse estúdio. Quando uma determinada produção alcança êxito comercial gera uma natural necessidade por mais êxitos. Essa cadeia de acontecimentos faz com que os orçamentos dos próximos filmes sejam aumentados. Grandes orçamentos solicitam riscos diminuídos e menor risco significa se adequar a fórmulas já conhecidas, tornando a companhia antes inovadora e criativa em previsível na produção e promoção de produtos igualmente previsíveis. Uma vez um grande estúdio, aumenta a pressão por lucros, tornando descartável a idéia de independência.

2 Formação do subcampo do cinema

2.1 O subcampo do cinema no contexto da modernidade do século XX

Quando o cinema surgiu em fins do Século XIX e início do Século XX, como inovação tecnológica e, posteriormente, como diversão e entretenimento para grandes públicos, o capitalismo já emergira como força motriz da modernidade, deixando para trás uma configuração social das fases antecedentes, tornando-se uma sociedade de classes. O cinema é então uma invenção da modernidade, cuja formação e evolução está profundamente relacionada à dinâmica das classes sociais, principalmente em seus anos primeiros.

Nos períodos pré-capitalista e mercantilista, a sociedade funcionava como um sistema fechado, de estamentos, praticamente sem mobilidade social. Somente após o advento do capitalismo industrial, a partir de 1780, com o crescimento do sistema fabril mecanizado da indústria têxtil, que faz surgir o sistema de classes, paralelamente às descobertas científicas. Assim, durante o Século XIX, algumas dessas descobertas como a fotografia e a imprensa, inicialmente, e, depois, o cinema são estendidas para o campo das artes populares e das diversões públicas, inserindo segmentos sociais, anteriormente excluídos, na efervescência cultural dos grandes centros urbanos. Não é à-toa que grupos de operários de grandes fábricas são considerados, juntamente com as mulheres e as crianças alguns dos primeiros grupos de espectadores do cinema.

A modernidade do capitalismo industrial faz surgir uma espécie de classe média, a burguesia como matriz dominante dos novos tempos, fazendo desaparecer os aristocratas como referência de gosto e estilo de vida. A cultura popular, que nasce a partir das novas realizações modernizadoras, é materializada na forma de anúncios de jornal, publicidade moderna atrelada ao jornalismo impresso, a fotografia como meio de expressão da vida cotidiana de então, os cartazes dos divertimentos públicos de música, dança, espetáculos circenses etc. Todo esse contexto social e econômico reconfiguram a lógica da produção da cultura, estabelecendo uma grande diversidade de estilos de vida, na qual o cinema começa a ocupar um espaço considerável.

2.2 A fase pioneira: o pré-cinema

A primeira sessão comercial oficial de cinema, segundo a historiografia comum, aconteceu em Paris, França, no dia 28 de dezembro de 1895, com somente 35 pessoas que assistiram à projeção de dez filmes de dois minutos de duração cada um. A “sala de exibição” era o Salão Indiano, no subsolo do *Grand Café*, situado no *Boulevard des Capucines*, perto do *Opera*, e na sua fachada trazia o cartaz “Cinematógrafo Lumière”. Essa primeira sessão oficial foi precedida por uma pré-estreia no dia anterior, somente para convidados.

A novidade causou espanto àquelas poucas pessoas que estavam presentes porque, pela primeira vez na história da cultura, viam-se imagens em movimento, algo como uma fotografia que se mexia. Não é difícil imaginar a surpresa do público com aquela mais recente tecnologia do mundo moderno. Conta-se a lenda de que algumas daquelas pessoas presentes - que ao entrarem esperavam apenas assistir a mais um espetáculo de lanterna mágica, comum naqueles tempos - saíram correndo apavoradas, depois de assistir, em um dos filmes a um trem chegando à estação, filmada sob a perspectiva de alguém que o espera na plataforma de embarque (DUFRESNE, 2005). Nascia, oficialmente, o cinema como técnica e tecnologia aplicada ao lazer e ao entretenimento, mas também a gênese do que pouco mais de 20 anos depois iria se transformar em uma verdadeira indústria da diversão, a maior de todas até a metade do século XX, quando a Televisão desbancou o cinema do posto de mídia de grande público.

Embora a sessão inaugural do cinema, que custou um franco, não haver sido bem-sucedida comercialmente, pois se esperava mais do que 35 espectadores, o boca-a-boca sobre a novidade fez com que rapidamente pelo menos 1.500 pessoas se postassem diante do *Grand Café*, inaugurando a fila à porta do cinema, aquilo que, até os dias atuais, faz parte do ritual de qualquer espectador. Muito cedo, os que haviam se maravilhado com a primeira sessão retornavam posteriormente com amigos para conferir a grande novidade. A imprensa de Paris praticamente ignorou o evento histórico, dedicando-lhe pouquíssima atenção.

Anteriormente a este grande dia, Louis e Auguste Lumière, os inventores do cinema, eram originários de Lyon, e dedicaram, nos anos antecedentes, boa parte de seus estudos à

fotografia, inclusive, a fotografia colorida. Simultaneamente, os dois, assim como outros inventores da época, dirigiam suas pesquisas na tentativa de criar uma “fotografia animada”, que reproduzisse o movimento. Um ano antes da sessão inaugural, os irmãos já haviam descoberto a técnica e em fevereiro de 1895 patentearam o cinematógrafo, nome atribuído ao invento. Somente depois de incentivados pela classe dos inventores e o campo acadêmico, os irmãos decidiram apresentá-lo ao público.

Georges Méliès (1861-1938), outro dos pioneiros do cinema, era um dos convidados à sessão fechada para convidados no dia 27 de dezembro. Empresário e artista do ramo do espetáculo público, Méliès trabalhava com desenho, ilusionismo, lanterna mágica e prestidigitação. Maravilhado com a descoberta dos irmãos Lumière, Méliès tentou comprar o aparelho. O pai da dupla, Antoine Lumière, recusou, não porque achava que tinha uma mina de ouro nas mãos, mas porque não acreditava no desenvolvimento do cinema. Para ele, tratava-se apenas de uma descoberta científica que logo cairia no esquecimento, não antevendo o promissor futuro comercial da invenção de seus filhos.

A descoberta de uma técnica que permita o movimento das imagens é uma obsessão para o homem civilizado. No século II d.C., Ptolomeu, no *Tratado de Óptica*, descreveu os fenômenos de persistência de impressões luminosas sobre a retina. Em 1671, o religioso alemão padre Kircher, descreveu pela primeira vez a lanterna mágica. No entanto, é no mundo moderno, a partir do Século XIX, com o desenvolvimento tecnológico provocado pela Revolução Industrial, é que uma série de aparelhos foram utilizados para criar a ilusão de movimento nas imagens fotografadas. O fenaquisticópio, do belga Joseph Plateau, em 1829, era composto por disco sobre o qual figuravam oito imagens, que rodando rapidamente, moviam-se.

Em 1874, Jules Janssen, com o “Revólver astronômico”, fixou as passagens de Vênus diante do sol e inaugurou a cronofotografia. Seus trabalhos foram aperfeiçoados por Jules Marey, fisiologista, que reconstituiu o movimento da asa de um pássaro. A partir de 1877, Emile Reynaud criou o praxinoscópio, combinação de projetores e espelhos, que reproduzia imagens desenhadas sobre uma tela. Nos EUA, Thomas Edison pesquisou imagens em

movimento, com o cinetógrafo (1891) e depois com o cinetoscópio, que reproduzia imagens registradas pelo primeiro aparelho. Para vê-las era preciso se inclinar sobre uma espécie de caixa que continha as imagens, equipada com lentes. No entanto, esse sistema era limitado porque somente uma pessoa de cada vez poderia olhar as imagens. Essa invenção de Edison, considerado bem-sucedida, é parte da controvérsia sobre a real paternidade do cinema, que o antagonizava com os irmãos Lumière.

Superada a fase científica do cinema, que provocou apenas curiosidade na sociedade moderna da passagem do Século XIX para o XX, Méliès, que não conseguiu comprar o cinematógrafo da família Lumière, construiu o seu próprio aparelho, fazendo com que aquela invenção tecnológica de fato se aproximasse do espetáculo público de cunho popular que se transformaria já no início do novo século. Como se sabe, na sua fase científica, o cinema era basicamente a filmagem de um plano, com câmera parada em determinado ponto, de paisagens urbanas e do movimento de pessoas nas grandes cidades, como a chegada do trem na estação, as operárias diante da fábrica, conhecidas como “vistas”. Não havia enredos, não havia uma movimentação da câmera e não havia um corte e uma edição que se aproximasse minimamente o que era filmado de uma narrativa cinematográfica. Então, Méliès fez seu primeiro filme em único cenário: o jardim de sua casa, com um simples enredo (DUFRESNE, 2005).

As descobertas técnicas, que, em verdade, eram princípios da linguagem e da narrativa cinematográfica, foram sendo paulatinamente pensadas e solucionadas por Méliès²⁴, a partir de situações vivenciadas no set de filmagem: multiplicação de imagens de um mesmo personagem, o desaparecimento gradual de uma imagem e a transição progressiva para outra (o que conhecemos atualmente como fade in, fade out e fusão. Assim, nasceram as suas produções: *Viagem à lua*, *A conquista do pólo*, *A viagem de Gulliver*, *O reino das fadas*. No total, o pioneiro francês produziu mais de mil títulos, sendo considerado e reconhecido, posteriormente, como o primeiro grande criador artístico do cinema.

²⁴ Entre 1896 e 1913, Méliès dirigiu 552 filmes, sendo ainda produtor, roteirista, ator, diretor de fotografia, montador, diretor de arte e técnico de efeitos especiais de seus filmes. Fonte: www.imdb.com

Menos de uma década depois da exibição de estréia promovida pela família Lumière, o cinema já era, em 1900, durante a Exposição Universal, em Paris, a atração do mundo modernizado e industrial da passagem dos séculos XIX para o XX, a atração que mais impressionou os visitantes. Os organizadores do grande evento colocaram telas que exibiam paisagens dos países representados na exposição; imagens que eram vistas simultaneamente por milhares de pessoas (DUFRESNE, 2005).

O cinema, como entretenimento público, surgiu no contexto de uma prática de diversão para agentes de classes sociais menos favorecidas. O Nickelodeon, invenção de Thomas Edison, tido pela historiografia do cinema, como precursor das atuais salas de exibição, surgiu, inicialmente, nas cidades ao preço de um níquel. Era um espaço de exibição dos “filmes”, ainda não hegemônico no gosto popular, posto que, como forma de entretenimento, disputava com os shows de bizarrices, esquisitices e horrores, muito comuns nessa época, a preferência das camadas mais populares da sociedade.

Assim, o cinema surge nesse contexto como a expressão transformada (e transformadora) da cultura popular na modernidade, trazendo entre seus elementos de formação como campo social a síntese das contribuições do entretenimento popular (afinal, destinava-se, inicialmente, ao público menos esclarecido). Mas, não apenas isso. A própria existência como campo social deve-se a uma espécie de desdobramento do campo artístico, uma vez que grande número de agentes criadores é oriundo do teatro, e de outras expressões artísticas, em migração para o campo em formação.

Por sua vez, este novo subcampo do cinema, ao tornar-se popular, proporcionou visibilidade, ascensão e legitimidade social a seus muitos agentes (os criadores do campo), além de promover a existência de novos valores culturais na sociedade moderna. Obviamente, tal processo não acontece repentinamente, levando alguns anos, ou seja, o tempo de formação do campo. Conforme será visto mais adiante, somente a partir dos anos 1920, o subcampo do cinema passa a ser percebido, também, como expressão artística.

2.3 Os primórdios da indústria

Curiosamente, como se pode observar, não foi o cinema norte-americano o primeiro a ser estabelecido como uma indústria mais profissionalizada e de dimensões internacionais, enquanto sistema de produção, distribuição e consumo de filmes. Essa primazia é do cinema francês, que já no início do Século XX ostentava o título de mais poderosa indústria de filmes do ocidente, com uma produção, já nesses primórdios, de distribuição internacional, inclusive nos EUA, onde as fitas francesas de comédias eram apreciadas pelo público de cinema de então, ocupando o mercado interno local, em detrimento à produção cinematográfica norte-americana.

É possível então pensar que já no início do século XX, com a hegemonia francesa, criara-se no mercado de cinema um *habitus*, entre os espectadores, pela narrativa proposta pelos filmes franceses, já esteticamente considerada bem diversa da produção local. Nessa época não se fala ainda, porque ainda não existia, de Hollywood, o subúrbio de Los Angeles, que anos depois seria transformado no maior pólo de produção e distribuição de filmes do EUA e do mundo. Nesse sentido, os pioneiros franceses, precursores da figura emblemática dos chefes de estúdio que tanto caracterizou o cinema nos primeiros 50 anos de sua história, foram Charles Pathé (1863-1957) e Léon Gaumont (1864-1946), que, diferentemente dos Lumière e de Méliès, enxergaram no cinema um forte potencial de riqueza e uma alternativa comercial (SABADIN, 1997).

Antes do advento do cinema, Charles Pathé já percorria a França, exibindo o fonógrafo para fazendeiros e pessoas do campo, realizando audições para esse público. Com o surgimento do cinematografo, Pathé logo incluiu a nova invenção no seu negócio, projetando imagens, paralelamente às sessões com o fonógrafo. A repercussão do negócio fez com que o empresário fabricasse equipamentos de filmagem e construísse estúdios, na cidade natal de Vincennes, com o objetivo de realizar seus próprios filmes. Como auxiliar técnico e artístico, Pathé tinha Ferdinand Zecca, com que realizou aquele que é considerado o primeiro filme do gênero policial, *A história de um crime* (DUFRESNE, 2005).

Paralelamente ao desenvolvimento da empresa de Pathé, outro grande luminar da história do cinema, Léon Gaumont, oriundo da fotografia, percebeu as grandes possibilidades de retorno financeiro oferecido pelo cinema, construindo seus estúdios nos arredores do parque Buttes-Chaumont. O empresário Gaumont repassou à sua mulher e ajudante Alice Guy a responsabilidade de realizar os primeiros filmes da produtora, iniciando os trabalhos com *Paixões de Cristo*.

Assim, os primeiros dez anos do cinema foram, inicialmente, dominados pela produção de origem francesa, cuja indústria apresentava uma melhor estrutura de produção e distribuição de filmes, fazendo com que o público espectador se acostumasse com aquelas narrativas. Muito cedo, o subcampo do cinema dos EUA incomodou-se com a ocupação do mercado local pelo produto estrangeiro. Os magnatas da nascente indústria de cinema norte-americana, em atitudes corporativistas e xenófobas, que visavam apenas modificar o *status quo* do campo, procuraram, mediante a adoção de medidas legais e interferência estatal, restringir o livre acesso do cinema francês ao mercado norte-americano. Conseqüentemente, o público espectador dos EUA passou a assistir, progressivamente, em menor número, as produções francesas, que eram muito mais de seu gosto que as congêneres norte-americanas (ABEL, 2001).

Curiosamente, o subcampo do cinema já nasceu com características internacionais, além de ser marcado por lutas simbólicas nas quais a valorização dos aspectos culturais locais – tão importantes ainda na atualidade – era argumento essencial do discurso dos distintos grupos que empreendiam essas lutas. Em outras palavras, o cinema como representação de identidade cultural e identidade nacional é tema recorrente na contextualização do subcampo do cinema, cuja existência, formação e evolução são nitidamente marcados por elementos de espacialidade e historicidade que definem a configuração e o pertencimento do campo.

2.4 O surgimento da linguagem e o cinema mudo

David Wark Griffith é tido pela historiografia do cinema como o pai da linguagem cinematográfica, se for colocado como referência a narratividade clássica, o cinema

narrativo, a ficção de longa-metragem e o cinema de gênero. Ainda na fase muda do cinema e apenas 20 anos depois do surgimento do cinema na França, o pioneiro norte-americano produziu e dirigiu dois clássicos do cinema narrativo, *O nascimento de uma nação* e *Intolerância*, épicos históricos, que ajudaram a alavancar o cinema como indústria nos EUA, e como uma narrativa popular do século XX, em tudo literalmente mais popular do que o folhetim no século XIX, posto que não era necessário ser letrado ou até mesmo alfabetizado para assistir a um filme.

Nesses dois filmes, todos os elementos da linguagem cinematográfica clássica estão presentes. Não que tenha sido Griffith, sozinho, o homem a descobrir uma linguagem para o cinema. Ele e tantos outros, incluindo os pioneiros franceses, foram conjuntamente os criadores, cada um com contribuições diferentes, mas é creditado a Griffith a sistematização em seus filmes de todas essas contribuições, sobretudo porque se trata de filmes de longa-metragem, mais de duas horas de duração, com grande produção de recriação histórica, definindo um estilo e tipo de filme que a partir da década de 1920 se tornaria uma lucrativa indústria cinematográfica, já em Hollywood, subúrbio da cidade de Los Angeles, na Califórnia.

Nos primórdios do que atualmente se considera a indústria cinematográfica norte-americana, situada em Hollywood, subúrbio de Los Angeles, Califórnia, entre os anos 1910 e 1920, os agentes (produtores, diretores, roteiristas, atores, técnicos etc.) eram alguns poucos pioneiros. Muitos desses emigrantes europeus e judeus, que mudaram para os EUA em busca de fama e fortuna na nascente indústria. Formavam, a essa época, uma pequena comunidade interdependente de pessoas. Eram vistos como “semideuses” pelo público espectador, ávido por assistir nas telas aquelas narrativas que lhes tocavam e seduziam pela emoção.

Na era de ouro do cinema hollywoodiano, o cinema já se configurava como cultura popular de entretenimento porque narravam histórias fascinantes e apresentavam personagens atraentes, seres fictícios que, certamente, não se encontravam no cotidiano do mundo real. O cinema era fantasia e os espectadores adoravam isso. Já nessa época estabelecia-se o

padrão narrativo do subcampo do cinema, gerando um habitus que persiste e permanece até os dias atuais.

Na perspectiva dos espectadores, o ato de ir ao cinema era prosaico, algo que muito rapidamente fora incorporado à rotina das grandes cidades, cujas salas se encontravam espalhadas por praticamente todos os bairros e, mais predominantemente, nos centros dessas metrópoles. O cinema era expressão legítima da modernidade do século XX. Tratava-se de uma espacialidade e urbanidade um tanto diferente da contemporaneidade, que concentra salas de exibição em multiplexes, inseridos na lógica comercial dos centros de compras (*shopping center*), situados basicamente nos bairros onde moram segmentos da população com maior poder aquisitivo. É possível afirmar que o cinema nasceu como entretenimento para grandes e variados segmentos de públicos espectadores, tornando-se com o passar das décadas do século XX em entretenimento de classes médias.

No entanto, ao mesmo tempo em que ir ao cinema estava incorporado como costume banal nas grandes cidades, o fato de ser a única mídia audiovisual de então, até meados dos anos 1930, fazia dele algo revestido de certa solenidade e ritual, o que lhe conferia uma aura especial. O próprio sistema de produção e distribuição, ou seja, como os filmes eram produzidos e levados até a esfera da exibição e consumo do público espectador, fazia com que se gerasse expectativa pelos lançamentos cinematográficos. E, ao estreiar, cabia ao público correr para as salas de exibição, uma vez que esse era o único lugar no qual seria possível travar contato com o mundo mágico dos filmes. Estamos falando de um tempo quando não existia qualquer outra mídia audiovisual.

2.5 O cinema sonoro e a depressão econômica dos anos 1930

O cinema permaneceu mudo até 1927, quando foi lançado *O cantor de jazz*, primeiro filme da fase sonora do cinema, mas com uma técnica ainda limitada, uma vez que apenas alguns diálogos e arranjos musicais eram ouvidos. O som causou uma revolução no cinema, causando embaraços para muitos profissionais porque redimensionou a forma de realização

de filmes, sob o ponto de vista técnico, fazendo com que muitos profissionais se obrigassem a se atualizar para permanecerem empregados pela indústria de filmes.

No grupo de agentes mais atingidos estão os atores, que representavam de uma forma específica que lhes exigia um tipo de atuação mais expressiva nos gestos e olhares, posto que dispunham apenas da imagem de seus corpos e rostos para comunicarem emoção. Em virtude disso, atores europeus, que interpretavam em inglês com forte sotaque, foram forçadamente aposentados da indústria cinematográfica quando do advento do som.

A crise econômica que começou nessa época, estendendo-se pelos anos 1930, não afastou o público espectador das salas de cinema. Pelo contrário, o cinema, nessa época, funcionava como um “escapismo” para a dura realidade que o público médio enfrentava com a recessão econômica do período. Nos anos 1930, floresceu a indústria de cinema de Hollywood, com o som e o conseqüente advento do popular gênero musical, as comédias ligeiras e inocentes de Frank Capra, os filmes de gangsteres, e o surgimento da cor, no final da década, com clássicos como *E o vento levou...* (Victor Fleming, 1939).

Por razões político-institucionais, reflexos de um tempo de restrições sócio-econômicas, implantou-se àquilo que passou a ser conhecido como o Código Hays, um conjunto de regras de produção de características bem moralistas que, entre outras restrições, cerceava a abordagem de certos temas e determinava, inclusive, a forma com que determinadas cenas – sobretudo, as de amor – deveriam ser filmadas. Muitos filmes foram prejudicados pela existência do Código Hays, ao longo das décadas de 1930, 1940 e 1950. Certamente, tal instituto pode ser compreendido como uma espécie de censura, no país considerado a democracia mais estável do mundo. Consequentemente, é de se pensar em certo dirigismo da indústria cinematográfica e do sistema, de uma maneira geral, com relação ao público espectador.

A elevação do status social do subcampo do cinema é marca e característica dos anos 1920, quando agentes da crítica e intelectuais da época se pronunciaram sobre a existência de um código artístico embutido na linguagem e narrativa dos filmes. Assim, em dado momento

do surgimento do filme sonoro, o filme mudo era valorado artisticamente superior ao filme falado. Posteriormente, com o advento da cor, o mesmo processo é percebido, com os agentes da crítica e os especialistas classificando o filme em preto e branco como artístico em detrimento ao filme colorido. Nessa época, de uma maneira geral, filmes sonoros e coloridos eram a expressão do naturalismo proporcionado pela técnica e tecnologia, buscado pelo cinema comercial hollywoodiano.

Do ponto de vista da recepção dos filmes por largas faixas de públicos espectadores, é possível afirmar que o surgimento do som e da cor tornou as narrativas dos filmes (e o cinema, por extensão) ainda mais verossímeis, alargando as potencialidades como produtos comerciais e, conseqüentemente, cooptando outros segmentos de público. Até mesmo no contexto da depressão econômica dos anos 1930, a prática cultural de assistir filmes era incentivada (através de ingressos mais baratos), como uma forma de “escapismo” às vicissitudes da época. Assim, entre os anos 1920 e 1930, após sucessivas transformações do subcampo, o cinema já adquirira o status de maior expressão no contexto da diversão popular, além de despertar o interesse de uma dada elite intelectual.

Nas décadas seguintes, sobretudo no final do século XX, com a afirmação da televisão como mídia de maior apelo popular, o processo de transformação no interior do subcampo irá proporcionar mais legitimidade e valor sócio-cultural ao cinema, caracterizando-o, paulatinamente, como campo social de agentes da classe média e de uma elite intelectual. Embora fortemente caracterizado como expressão da indústria cultural, o subcampo do cinema, por suas outras vinculações com o campo artístico e o campo da produção cultural erudita passa também a ser percebido como importante lugar da experimentação audiovisual.

2.6 O cinema do pós-guerra

O surgimento da Televisão em finais dos anos 1930 e sua crescente implantação e desenvolvimento ao final da década de 1940 marcam a primeira ruptura na hegemonia do subcampo cinematográfico no contexto da indústria cultural do final da primeira metade do

século XX. A nova tecnologia, assim como aconteceu com o cinema 50 anos antes, era então uma novidade, que trazia para o ambiente doméstico aquele maravilhoso mundo do entretenimento audiovisual que, anteriormente, só seria possibilitado quando se saía de casa e pagava um ingresso para entrar numa sala pública de exibição de filmes.

A concorrência da TV, inclusive no campo da dramaturgia, pois logo surgiram adaptações televisivas de peças teatrais e romances clássicos, obrigou os agentes de produção do subcampo do cinema a reinventar o cinema como entretenimento atraente para os públicos médios de então. Na década de 1950, quando da consolidação da TV como mídia importante capaz de fazer frente ao cinema, os filmes passaram a ser produzidos coloridos, sobretudo àqueles gêneros vinculados ao grande espetáculo narrativo, como os musicais, os dramas românticos, os épicos históricos, os filmes de aventura e ação e as fantasias de ficção científica. O recurso da cor co-existiu com a produção em preto & branco até meados dos anos 1960, mas cada vez mais se sobrepondo a este último.

Além disso, é nos anos 1950, com a utilização recorrente de novas técnicas de filmagem e de exibição cinematográfica em telas panorâmicas, que superdimensionavam a fotografia dos filmes, tornando-os ainda mais espetaculares, que o cinema investia mais dispendiosamente para enfrentar a concorrência televisiva. A estratégia rendeu ganhos expressivos e um novo fôlego para a indústria cinematográfica, mas tornou o negócio mais oneroso e alguns filmes clássicos do cinema hollywoodiano eram tão caros que não conseguiam retorno financeiro.

2.7 As mudanças no subcampo: tecnologia, produção e mercado

A década de 1950 preparou o cenário para as décadas posteriores, marcando o fim do modelo de supremacia absoluta dos grandes estúdios cinematográficos – Metro Goldwyn Mayer, Warner Brother, Paramount, Fox, Universal etc. -, fragmentando a indústria em pequenos estúdios e fazendo crescer a chamada produção independente. Os pequenos produtores, cujo prestígio é crescente, a partir dos anos 1960, passaram a co-existir com os grandes, que perderam a força com os novos ares da década.

Entre a década de 1960 e 1970 um novo subcampo cinematográfico se desenhava nos EUA, com a emergência de uma produção com linguagem e temática mais ousadas, embora permanecendo narrativos no sentido clássico, que ajudou a encerrar a tradição dos filmes de gênero como os musicais e os dramas românticos adocicados.

O cinema narrativo começava a estabelecer uma nova relação com os espectadores. A partir dos anos 1960, o mundo ocidental passa por uma revolução nos costumes e o cinema tenta acompanhar essas mudanças, tentando atualizar-se o quanto possível. O cinema narrativo hollywoodiano passa a conviver com uma série de cinemas ditos alternativos e alinhados a uma nova modernidade que se configurou nessa década e nas décadas posteriores.

Uma grande mudança aconteceu com a estréia de *Tubarão* (Steven Spielberg, 1974) filme que alavancou e maximizou a indústria de cinema de Hollywood e é utilizado como paradigma para a grande mudança em termos de distribuição e promoção de filmes em larga escala, sendo o primeiro a ser distribuído com mil cópias e maciço apoio da mídia. Ao invés de distribuir poucas cópias em uma cidade, aumentando o número gradualmente, o filme foi promovido em rede de televisão, gerando o interesse por parte do público, o que afinal possibilitou ser lançado simultaneamente nos quatro cantos dos EUA.

Guerra nas estrelas (George Lucas, 1977) incorporou novo elemento nas estratégias de lançamento do filme e marketing de promoção, com o lançamento simultâneo de brinquedos, bonecos e outros artigos com a temática e personagens do filme. Então, os produtores hollywoodianos perceberam o potencial mercado que se abria para o crescimento da indústria cinematográfica e lançaram a moda de continuações e seqüências de filmes como *Tubarão*, *Guerra nas estrelas*, *Rocky, um lutador* (John G. Avildsen, 1976) e até de filmes de baixo orçamento de produção, mas que repercutiram positivamente nos números da bilheteria, como o terror/suspense *O massacre da serra elétrica* (Tobe Hooper, 1974).

A partir dos anos 1980, inicia-se novo tempo de mudanças com o avanço do processo tecnológico de desenvolvimento de suportes para a exibição de filmes fora das tradicionais salas de cinemas com o surgimento do VHS e, posteriormente, do DVD e das redes de videolocadoras. Assim, os filmes poderiam ser vistos em casa, provocando uma pequena revolução em um negócio cujos números só faziam crescer.

Depois do videocassete surgiu a TV a cabo. Os filmes, cuja fonte de renda anterior se limitava à exibição em salas de cinema e, mais tarde, na TV aberta, ganharam novos mercados, sendo revendidos mais de uma vez, cumprindo etapas de uma trajetória de exibição em mídias e suportes diferentes: primeiramente, o cinema; depois, o videocassete; em seguida, a TV paga, para finalmente chegar à TV aberta. Isto sem falar na exportação para outros países. Atualmente, os filmes produzidos para o cinema são possíveis de serem vistos pela internet, com a opção de serem gravados em DVD, alterando-se consideravelmente a relação dos espectadores com os filmes.

Conforme pode ser percebido, cada década torna evidente alguma transformação no subcampo do cinema, seja técnica ou tecnológica, mercadológica ou nas formas de produção e distribuição dos filmes. São mudanças internas que acomodam as relações de poder e força entre os agentes e os grupos de agentes pertencentes ao subcampo e que, por extensão, reconfiguram-no nas relações desse com o exterior. As lógicas de valor, capital simbólico e do que é legítimo no subcampo são acomodadas no decorrer da transformação. No entanto, o habitus narrativo, como orientação geral do pólo da produção, permanece inalterado, assim como o habitus perceptivo, situado no pólo da recepção, que nada mais é do que uma consequência direta das disposições gerais do habitus narrativo. Habitus narrativo como disposição geral do subcampo do cinema é abordado, mais detalhadamente, na segunda parte deste capítulo.

Durante as décadas de 1940 e 1950, o senso comum supunha que a Televisão, uma invenção da década de 1930, seria capaz de tomar o lugar do cinema na preferência dos espectadores e até mesmo extingui-lo. De fato, a partir da década de 1950, a audiência da televisão progressivamente reduziu o público freqüentador do cinema, mas não o extinguiu,

como bem se sabe. Pelo contrário, o cinema hollywoodiano enfrentou a concorrência da TV inventando formatos e novas tecnologias de filmagem e projeção dos filmes, com a utilização de cores, technicolor, cinerama, etc.

Mas, já nos anos 1950 iniciou-se, nos EUA, uma parceria do cinema com a TV, fazendo com que filmes fossem produzidos especialmente para a exibição na tela pequena. Diferentemente do Brasil, cuja parceria entre cinema e TV é ainda recente e embrionária, limitando-se basicamente aos canais pagos. Há algumas explicações para esse distanciamento, a exemplo de questões ideológicas, políticas e mercadológicas.

Nos EUA existe legislação que, de alguma maneira, protege o cinema norte-americano. As TVs abertas, de rede nacional, somente podem exibir 40% de produção própria. Os outros 60% de conteúdo audiovisual são adquiridos no mercado, através da produção independente. O objetivo é manter o mercado audiovisual ativo, diversificado e democratizado, não apenas na produção, mas também no consumo. O desenvolvimento da parceria com o cinema fez com a TV norte-americana, pelo menos no que concerne aos conteúdos dramáticos (filmes, minisséries, séries dramáticas e cômicas), tenha, neste início de século, aderido quase por completo ao material audiovisual produzido em película (35 milímetros). O que estabelece uma nova distinção entre a realidade da TV no Brasil, ainda majoritariamente produzida em vídeo.

3 Formação do habitus narrativo

3.1 O naturalismo hollywoodiano e a linguagem da transparência

Em uma determinação mais ou menos consensual entre os especialistas teóricos do subcampo do cinema, chama-se de cinema clássico o período normalmente compreendido entre o surgimento da linguagem cinematográfica até meados da década de 1940, com o fim da segunda guerra mundial. Nesse período floresceu o que se convencionou classificar como o cinema narrativo clássico, surgido em Hollywood, nos EUA, e que se expandiu pelo resto do mundo ocidental, especialmente na Europa e na América Latina.

O marco originário do cinema clássico diz respeito não ao surgimento do cinema como técnica / tecnologia, mas ao aparecimento da sistematização de elementos de linguagem que permitiram compreender o cinema como uma narrativa independente de outras existentes no início do século XX. Assim, é nos EUA, com o norte-americano David Wark Griffith (1875-1948), e não na França, que a narrativa do filme de longa-metragem é estabelecida, a partir da contribuição de descobertas de vários pioneiros do cinema, inclusive franceses como Georges Méliès (1861-1938).

O marco final do cinema clássico, segundo a historiografia do cinema, está situado em meados da década de 1940, com o surgimento de escolas cinematográficas na Europa, que rompem, relativamente, com o padrão narrativo desenvolvido e firmado pelo cinema hollywoodiano da grande indústria cinematográfica. Então, é na Itália, com o neo-realismo, e posteriormente na França, com a *nouvelle vague*, que os especialistas teóricos do cinema costumam definir o fim de um período, simultaneamente ao início de uma nova fase, chamada de cinema moderno. É importante lembrar que, mesmo nos EUA, em 1941, com *Cidadão Kane* (Orson Welles), é iniciada uma etapa de renovação estética, narrativa e da linguagem cinematográfica clássica. Pode-se afirmar que o cinema de Orson Welles, o neo-realismo e a *nouvelle vague* são narrativas esteticamente contrapostas à narrativa hollywoodiana clássica.

O cinema neo-realista italiano é profundamente marcado e influenciado pela mudança social ocorrida entre os anos 1930 e 1940, com a derrocada da Itália, na segunda guerra mundial. A sua estética vai refletir uma sociedade desestruturada socialmente e economicamente falida. “Nova onda” seria uma tradução literal para *nouvelle vague*. Ao final desta segunda parte são abordadas as disposições estéticas da *nouvelle vague* e do neo-realismo.

Essa relativa flexibilização estética no interior do subcampo do cinema é, entretanto, restrita à atividade cinematográfica nos países europeus, como Itália e França, porque embora tenha, de alguma maneira, influenciado até mesmo o cinema *mainstream* hollywoodiano, tal influência só pode ser mensurada pontualmente: alguns cineastas hollywoodianos, notadamente os imigrados europeus do pós-guerra, incorporaram as novidades estéticas difundidas na Europa. O subcampo do cinema, gerador do *habitus* narrativo, primado do cinema comercial de entretenimento, permanece quase inalterado em relação às suas disposições estéticas, apenas “suavizando” seus filmes com as “novidades” estéticas trazidas pelos seus agentes da criação cinematográfica.

É do conceito de cinema narrativo clássico que surge o conceito derivado de narratividade. Os especialistas teóricos do subcampo do cinema arbitram o conceito de narratividade com aquele cinema instituído por Hollywood ou consagrado por ele e distribuído para o mundo ocidental como o cinema em que os elementos de linguagem e narrativa são dirigidos no sentido de estabelecer com o espectador médio profunda identificação, capaz de fazer com que o público se reconheça na tela e vivencie os dramas que são encenados pelos atores como sendo possíveis de serem vivenciados por si.

Para isso, um código narrativo foi estabelecido, quanto à fotografia:

- A centralização do objeto humano nos enquadramentos dos planos.
- A distribuição equilibrada de planos abertos, médios e fechados ao longo das narrativas fílmicas.
- A iluminação dos objetos segundo uma lógica de identificação com a platéia, ou seja, privilegiando os elementos humanos e os primeiros planos.

Quanto à montagem e à edição:

- A preocupação de editar e montar o filme em uma sequência lógica, narrativa, de eventos, possibilitando o acesso mais imediato dos espectadores à informação posta em imagens e sons.
- A montagem dos planos de forma a privilegiar uma duração equilibrada dos mesmos, que possibilite a assimilação eficaz da informação audiovisual;
- Permitir que o sentido proposto pela narração seja exatamente aquele que o espectador terá,
- A relação de espaço e tempo deve ser cuidadosamente pensada para que não haja mal-entendidos em relação ao que se narra, onde e em que tempo a ação se desenrola. Por isso, o cinema induz a uma lógica temporal e continuidade que se aproxime das referências espaciais e temporais do mundo real, embora isso de fato não aconteça por razões óbvias: um filme de longa-metragem tem entre 90 e 150 minutos, em média. É apenas uma tentativa de iludir o espectador.

O cinema narrativo clássico é, muitas vezes, identificado como o naturalismo hollywoodiano. Isso faz todo o sentido, posto que foi Hollywood a indústria de cinema que primeiramente se estabeleceu como uma produtora de audiovisual voltada para os grandes públicos já na primeira década do século XX. O naturalismo hollywoodiano é o esforço empreendido para que a informação contida nos filmes seja perfeitamente assimilável pelo público como algo que é verdadeiro e real. Mesmo em narrativas de ficção-científica ou em filmes do gênero fantasia, o cinema naturalista hollywoodiano pretende que os espectadores vejam aquilo como algo naturalizado. Para isso, existe o esforço secular no investimento em técnica e tecnologia cinematográfica, cujo objetivo é exatamente a naturalização das narrativas.

No entanto, a narratividade, em si, não é uma invenção do cinema clássico norte-americano. Em verdade, o cinema praticamente pouco criou em termos narrativos, uma vez que é uma forma de expressão artística ou comunicacional que se apropriou de diversas narrativas e linguagens já pré-existentes, juntando-as e fazendo nascer a sua própria narração. Sendo assim, o cinema deve ao teatro (os diálogos, a representação dos atores), à

literatura e ao folhetim (os enredos), à música (trilhas sonoras), à própria fotografia (pois o cinema foi uma tentativa de aperfeiçoá-la).

Nesses termos, a narratividade já estava posta em praticamente todas as narrativas encontradas na literatura, no teatro, no romance, no folhetim, na ópera. Enfim, em todo tipo de espetáculo popular ou erudito, o sentido do enredo e da história estavam bastante sedimentados. Tudo o que o cinema fez foi se apropriar dessa fórmula, investindo tão fortemente nelas, a ponto de orientar e formar um *habitus* na estrutura de suas narrativas, consolidando um padrão existente até a atualidade, a despeito de toda tecnologia posterior ao cinema, que, eventualmente, fragmentou essa narrativa.

As novas tecnologias e mídias surgidas no final do século XX, como a internet, fragmentam a narratividade, mas, curiosamente, o subcampo do cinema comercial de longa-metragem, no pólo da produção, ainda está à margem dessa nova realidade, persistindo o *habitus* narrativo, que co-existe, culturalmente, com as narrativas mais fragmentadas presentes na internet. No entanto, as novas tecnologias, com seus modos de produzir imagens e suas formas de consumo não são objeto desta tese porque são compreendidas como expressões de outros subcampos derivados do campo da indústria cultural e/ou do campo artístico.

A busca da reprodução do real, no cinema narrativo, é mais identificada com a questão do naturalismo e menos com o realismo em si. O naturalismo se preocupa mais com a técnica perfeita, como trunfo para estabelecer com mais realce a identificação com a platéia, enquanto o realismo é uma proposição mais subjetiva da relação da narrativa com o espectador, tendo pouco interesse na perfeição técnica / tecnológica e na verossimilhança. Ao que parece, o naturalismo busca se aproximar do vivido pela mimese, tentando naturalizá-lo, enquanto o realismo apenas aproveita aspectos do vivido e recria uma representação do real. Assim, Hollywood estaria para o naturalismo enquanto as escolas modernas do neo-realismo e da *nouvelle vague* estariam para o realismo²⁵.

²⁵ Ver DELEUZE, G. *A imagem-tempo*. São Paulo: Brasiliense, 2005; e DELEUZE, G. *Imagem- movimento – cinema 1*. Portugal: Assírio & Alvim, 2004. A relação com o real estabelecida tanto pelo cinema clássico quanto pelo neo-realismo italiano são objeto de estudo de Gilles Deleuze, que desenvolveu duas categorias para distinguir essas narrativas cinematográficas. As expressões / conceitos “imagem-ação” e/ou “imagem-

O naturalismo hollywoodiano empreende esforços em todos os setores da técnica cinematográfica para que essa se aproxime ao máximo da desejada identificação com a plateia. Então, o roteiro é peça fundamental no processo. É a base que vai definir uma história e um enredo para o filme. Enredo é algo de relevância para a propositura da identificação com a plateia: define personagens, protagonistas e antagonistas, herói e vilões, trajetórias. O roteiro é criterioso: deve prever a jornada e ação dos heróis, artimanhas dos vilões, ajuda e auxílio dos personagens coadjuvantes, redenção e recompensa para os heróis, punição e castigo para os vilões.

São todos fundamentos essenciais da narratividade e do naturalismo hollywoodiano, que existem como estruturas fílmicas de formatos e moldes mais ou menos invariáveis. No naturalismo, é absolutamente imprescindível que haja identificação entre plateia e personagens, a ponto de essa identificação dever emocionar os espectadores. Os atores são peças fundamentais no processo de identificação das plateias. Não apenas os personagens, contextualizados em um enredo, devem promover a identificação, mas, sobretudo, o carisma dos atores que os representam é elemento de relevante contribuição no processo. É necessário que os espectadores se identifiquem com as qualidades e virtudes do herói, ao mesmo tempo em que os vilões lhes causem a devida rejeição. A polarização herói / vilão se mostra como aspecto decisivo nos processos identificatórios e é o que justifica a existência de uma jornada a ser empreendida pelo herói. Sendo assim, é igualmente interessante que os atores escolhidos para darem vida aos vilões / antagonistas sejam escolhidos de forma a convencer os espectadores das suas maléficas intenções para com o herói / protagonista.

Uma das questões mais clássicas do cinema narrativo diz respeito aos finais felizes trazidos pelos filmes. O objetivo da jornada do protagonista é a solução de seus problemas; suas conquistas serem realizadas; e eternizado o encontro com a mulher amada. Tudo isso impregnou a evolução do cinema narrativo clássico ao longo do século XX, de tal forma

movimento” designam o cinema narrativo clássico hollywoodiano, enquanto a “imagem-tempo” se refere ao cinema europeu e neo-realista italiano, uma das escolas cinematográficas que se contrapunham ao cinema narrativo clássico produzido nos EUA, amplamente estudado por Deleuze.

que é marca desse cinema o final feliz como solução para os enredos. O público assim o espera. Ou o cinema narrativo assim espera que o público deseje. Não é à-toa que no sistema industrial hollywoodiano, os filmes, antes de serem lançados, são exibidos para platéias-teste, formadas por espectadores comuns que darão a palavra final sobre a adesão ou a recusa ao filme. Filmes podem ser remontados em função do gosto desses espectadores, normalmente escolhidos dentro de um perfil que os produtores crêem ser do público-alvo potencial daquele determinado filme.

Os filmes narrativos são classificados por gêneros basilares (MARIE; AUMONT, 2003, p. 141-143): o drama e a comédia, romance, que se subdividem em subgêneros: drama romântico, melodrama, western, ação, policial, ficção-científica, épico histórico, fantasia etc. É pressuposto da indústria cinematográfica a variedade de gêneros cinematográficos. Quanto maior e mais rica ela for, mais diversificada será em relação aos gêneros, permitindo um amplo espectro de possíveis identificações com os espectadores, a partir do gosto segmentado das platéias. Alguns filmes são categorizados como apenas pertencentes a um gênero, mas é bem comum que uma mesma produção possa ser classificada como de gêneros variados. Assim, um filme pode ser um drama histórico e romance, simultaneamente.

Como nas outras artes, o gênero cinematográfico está fortemente ligado à estrutura econômica e institucional da produção. Os gêneros cinematográficos nunca foram tão claramente definidos como no cinema “clássico” hollywoodiano, em que reinava uma divisão do trabalho particularmente bem organizada (a ponto de certas empresas terem sido às vezes identificadas com a produção de gênero bem preciso, como os filmes de *gângsteres* da Warner, na década de 1930). Eles foram, em seguida, transformados, seja pelo excesso e pela paródia (o “*supra-western*”, depois o *western-spaghetti*, como herdeiros do *western* clássico), seja pela extinção ou pela decrepitude (a comédia musical tornou-se muito rara, o faroeste, por fim, quase inexistente), seja ainda pelas próprias modificações do referente aos quais eles estão ligados (é o caso do gênero policial). (MARIE; AUMONT, 2003, p. 142).

Os autores prosseguem na elucidação da questão do gênero cinematográfico, e de seus subgêneros e derivações de gênero, como aspecto de especial relevância para o cinema, sobretudo para o cinema narrativo:

Ao contrário de uma opinião muitas vezes emitida, não parece que o fenômeno do gênero tenha enfraquecido; mas é verdade que vários

gêneros evoluíram bastante, que outros apareceram (o filme de sabre de Taiwan, o filme de *kung fu*, a reconstituição “retrô” etc.), que frequentemente os filmes de gênero mostram certa ironia pra com seu pertencimento de gênero, e que vários cineastas importantes (De Palma, Ferrara e até mesmo Carpenter ou Wong Kar-wai) procuraram dar, no interior mesmo dos gêneros, uma redefinição ou, ao menos, uma reflexão que institui, também ela, uma espécie de distância. (MARIE; AUMONT, 2003, p. 142).

3.2 O habitus narrativo não linear e a linguagem da opacidade

O subcampo do cinema, por meio do cinema industrial, narrativo, clássico, que floresceu em Hollywood e em outros lugares pelo mundo, existe vinculado fortemente ao campo da indústria cultural, mas, por via indireta, guarda relações com os movimentos estéticos de escolas cinematográficas, cujo padrão narrativo se afasta e se contrapõe ao cinema clássico, vinculando-se ao campo da produção erudita. Em outras palavras, já na década de 1920, escolas cinematográficas se opunham à narratividade clássica construindo padrões narrativos de oposição, uma contraposição ao modelo hegemônico do habitus narrativo, especialmente em países europeus.

Na década de 1920, registram-se pelo menos três grandes movimentos: na Rússia (já como a URSS), com o construtivismo da chamada Escola da Montagem; na Alemanha, com o expressionismo; na Espanha, com o surrealismo. Posteriormente à segunda guerra mundial, outras escolas aparecem: na Itália, com o neo-realismo; e na França, com a *nouvelle vague*. São considerados os mais importantes movimentos de renovação estética no subcampo do cinema.

De um modo geral, todos esses movimentos se opuseram à narratividade clássica em três aspectos fundamentais:

Nos modos de produção, pois são ciclos cinematográficos (que se constituem como doxas, em uma terminologia de Bourdieu) de países nos quais os seus respectivos subcampos do cinema não dispunham dos recursos financeiros, tecnológicos e materiais comparáveis à indústria de cinema hegemônica, produzida em Hollywood.

Na narrativa e na linguagem de seus filmes, posto que recusavam os aspectos narrativos do cinema naturalista hollywoodiano, como a linearidade dos enredos; a concepção maniqueísta dos personagens divididos em heróis / mocinhos, de um lado, vilões / bandidos, de outro; a forçosa identificação desses com os públicos espectadores; a utilização da montagem meramente como recurso para dar sequência à linearidade. Trata-se de uma recusa ao habitus narrativo perpetrado pelo subcampo do cinema.

Na relação com o público médio de espectadores de cinema. Trata-se de movimentos intelectuais, alguns funcionando como apêndices de movimentos artísticos de vanguarda nas artes plásticas, que não tinham preocupação de se fazerem inteligíveis para as camadas médias do público, que considera o filme naturalista narrativo produzido em Hollywood como expressão de cinema “de qualidade”. Sendo, numa acepção bourdieusiana, movimentos internos do subcampo, nos quais os agentes produtores / diretores realizavam filmes para seus iguais; novamente o conceito de doxa está presente, vinculando-se ao campo da produção erudita ou ao campo artístico e não ao campo da indústria cultural. Claramente, observa-se uma divisão de poder e luta simbólica no interior do subcampo do cinema.

São características estéticas dos movimentos citados:

Construtivismo / Escola da Montagem soviética: surgida nos anos 1920, como parte do projeto soviético de propaganda do regime comunista, a dogmática da Escola da Montagem preconizava o aspecto absolutamente primeiro da montagem como fundamentação da narrativa, de onde o sentido e o significado do filme emanam. O objetivo da montagem não é o de dar sequência ao desenvolvimento do enredo, mas sim despertar o espectador para que este busque a verdade. A montagem visa possibilitar ao espectador o questionamento e a reflexão, tornando-o criticamente consciente do mundo real. *O encouraçado Potemkin*, de Sergei Eisenstein, é a obra de referência dessa escola.

Expressionismo alemão: os cânones expressionistas determinam que a construção narrativa existe, a partir da fotografia que renega a idéia do real. Pelo contrário, a câmera

procura expressar visualmente subjetividades interiores dos indivíduos, materializadas em cenários não naturalistas, não realistas, que juntamente com a fotografia produzem expressões plásticas distorcidas, afastando-se da visualidade clássica, reforçadas em atuações igualmente não naturalistas dos atores. Trata-se de uma estética que repercutiu e influenciou o cinema hollywoodiano clássico, quando cineastas oriundos do movimento migraram para o cinema norte-americano na década de 1940, imprimindo ao subgênero do filme policial, o *noir*, a concepção visual do expressionismo nos filmes narrativos hollywoodianos. *O gabinete do doutor Caligari* (Robert Wiene, 1919) e *Nosferatu* (Murnau, 1922) são clássicos do expressionismo alemão. Há fortes vinculações com o campo artístico.

Surrealismo na Espanha: pode ser entendido como a expressão cinematográfica mais radicalmente desatrelada da narratividade clássica, com alinhamento à arte de Salvador Dalí que inspirou o maior nome do movimento, Luis Buñuel. Este cineasta realizou filmes, sobretudo nos anos 1920, que renegavam o real, tendo na montagem o recurso fundamental de descontextualização da relação entre imagem naturalista e tempo linear, cara ao cinema clássico. Ao invés disso, o surrealismo desconstrói o sentido de continuidade temporal e da lógica racional narrativa. Suas imagens metaforizam os aspectos subjetivos, as pulsões do inconsciente, estimulando que o espectador construa o sentido e o significado das imagens. Por isso, não há enredos lineares, apenas imagens que se sucedem, emergindo do inconsciente. O surrealismo, recorrentemente, é identificado com a linguagem dos sonhos: caótica e descontínua. *Um cão andaluz* (Buñuel, 1928) é o paradigma, embora o cineasta tenha realizado filmes mais ou menos surrealistas ao longo de sua bem-sucedida carreira, que se estendeu até os anos 1970. Também aqui são percebidas relações profundas com o campo artístico.

Neo-realismo italiano: surgido nos anos 1940 como uma resposta artística e estética do cinema italiano à realidade social adversa vivenciada pela Itália, durante e depois da segunda guerra mundial, este movimento cinematográfico inaugura a fase moderna do cinema europeu. Entre suas principais características narrativas, a linguagem dos filmes neo-realistas buscava, através da fotografia e da montagem, expressar o tempo real da dor e

sofrimento causados pelos tempos de guerra. Para isso, havia o princípio do plano-sequência, que objetivava filmar um real sem cortes (edição e montagem), como recurso de linguagem recorrente nos filmes. Além disso, as obras neo-realistas eram filmadas em cenários naturais, totalmente fora de estúdio, com atores amadores em sua grande maioria. O neo-realismo recusava a conclusão tradicional dos filmes clássicos, com finais felizes e definitivos dos enredos. *Roma, cidade aberta* (Roberto Rossellini, 1945) e *Ladrões de Bicicleta* (Vittorio De Sica, 1948) são duas das maiores referências neo-realistas.

Nouvelle vague francesa: o princípio fundamental é o da liberdade narrativa. Isso equivalia filmar sem muitas relações com um roteiro pré-estabelecido, o que distanciou os filmes franceses pertencentes a este movimento, nos anos 1950 e 1960, do cinema dito comercial. Em termos de fotografia, o uso da câmera na mão. Na interpretação, era facultado aos atores a improvisação, sobretudo porque as temáticas da *nouvelle vague* exploravam com frequência relações interpessoais, aproximando-se dos questionamentos existenciais do período pós-guerra. É claramente um cinema intelectual, de idéias, profundamente autoral, que elevou a figura do diretor / cineasta ao status de “autor cinematográfico”. *Hiroshima mon amour* (Alain Resnais, 1959) e *Alphaville* (Jean Luc Godard, 1965) são, entre outras, obras eloquentes do movimento da *nouvelle vague*.

Todos são movimentos que influenciaram a narrativa cinematográfica por um viés intelectual, que se distinguia e se distingue, atualmente, do cinema comercial que, majoritariamente, é referência e padrão para os espectadores. Esses ciclos de renovação estética estiveram sempre presentes ao longo do século XX, com variações e derivações de maior ou menor visibilidade, que ocorreram em outros países, inclusive no Brasil, com o cinema novo, na década de 1960, que buscou inspiração nas obras do neo-realismo italiano e na *nouvelle vague* da França, conforme será demonstrado mais adiante.

3.3 Primeiro fundamento da linguagem cinematográfica: a fotografia

A fotografia, em sentido estrito, é, ao mesmo tempo, signo icônico e índice, e que a imagem é, por origem, uma imitação do real. Ou numa primeira acepção da palavra, algo

semelhante a um objeto ou pessoa real. A imagem fotográfica existe em função de que o objeto fotografado é recriado como imagem a partir da luz que incide sobre ele (o objeto). Assim, fecha-se o circuito da recriação com a “impressão” luminosa da imagem na película.

A imagem fotográfica difere da imagem produzida manualmente, como por exemplo, a pintura, uma vez que esta não é semelhante àquilo que retrata. A pintura corresponde a um conceito mental que pode ser representado figurativamente ou de forma abstrata. Ou seja, um cavalo pode ser representado figurativamente ou de forma abstrata e a realidade se faz através do artista, que se abre ao processo criativo.

É ícone porque a imagem fotográfica denota alguma coisa ao apresentar propriedades em comum com a coisa denotada (ou semelhança); e é índice por ser um signo que se refere ao objeto que ele denota em virtude de ter sido afetado por esse objeto. Ismail Xavier descreve esse processo como o de “indexalidade” (XAVIER, 2005, p. 18):

Em outras palavras, ela [*Maya Deren, nota do autor*] está falando sobre a indexalidade da imagem fotográfica pois, dado que o processo fotográfico implica numa “impressão” luminosa da imagem na película, esta imagem enquadra-se também na categoria de índice – “um índice é um signo que se refere ao objeto que ele denota em virtude de ter sido realmente afetado por este objeto” (Philosophical writings os Pierce, p . 102).

Xavier parte dessa premissa do estudo semiótico da imagem e vai para outra direção, qual seja a das implicações práticas que advêm dessas propriedades básicas do material cinematográfico, para discutir questões como:

- Fidelidade de reprodução de certas propriedades visíveis do objeto.
- A ilusão das coisas mesmas que se apresentam sobre nós.
- A ilusão do documento.
- A ilusão de realismo no cinema que é mais intensa até do que na fotografia, posto que o cinema é um passo além, pois se trata de fotografia em movimento.

O realismo é algo que está posto na discussão do cinema desde os primórdios e mais do que isso é celebrado como propriedade, virtude e qualificação da obra cinematográfica. O filme

é composto por uma sucessão de fotografias, que a rigor, são separadas e descontínuas e somente na projeção das fotografias em uma tela é que as imagens são percebidas como um contínuo.

As relações que se criam entre uma e outra “fotografia” decorrem de duas operações. A primeira diz respeito à filmagem: como será feito o registro? Na captação das imagens não há uma sucessão cronológica espaço-temporal que não corresponde exatamente à relação espaço-temporal da projeção final, definida pelo processo da montagem, pois a filmagem é o lugar privilegiado da descontinuidade, da repetição, da desordem e de tudo aquilo que pode ser dissolvido, transformado ou eliminado na montagem. O segundo é o processo da montagem que definirá como as imagens obtidas serão combinadas e ritmadas.

Citando Noel Burch, teórico e cineasta francês de origem norte-americana, que entre outras contribuições “procura evidenciar a constituição progressiva do modo de representação dominante, que ele chama de ‘institucional’, aquele que rege a linguagem do cinema clássico” (AUMONT; MARIE, 2003, p.36), Ismail Xavier (2005, p.19) afirma que na imagem cinematográfica, o plano enquadra objetos circunscritos àquele ângulo de visão e àquele quadro determinado, mas esse tema que é mostrado guarda uma relação profunda com algo que se estende para fora do quadro, um elemento que se põe fora do ângulo de visão. Ismail classifica dois os espaços objetivados pelo plano: o espaço diretamente visado e um espaço não diretamente visado, conforme desejava Burch.

No entanto, para Xavier, a idéia de “algo fora do quadro” depende da composição pretendida. Neste ponto, ele (2005, p.20) discorda de André Bazin (1990), que afirmava haver sempre algo para fora, rejeitando a idéia de quadro, mas preferindo a idéia de “recorte”, como algo que aponte para um recorte da realidade que existe para fora do que está enquadrado. Para Bazin, o quadro é centrípeto, e a tela é centrífuga, que aponta para fora, para a expansão, a impressão de que há um mundo do lado de fora. Para Xavier, isso não deverá ser uma regra.

Ismail recorre mais uma vez a Noel Burch, para tecer considerações sobre as analogias do cinema (o espaço cinemático) com o teatro (o espaço teatral). Nos primórdios do cinema, essa relação atribuía o status de “teatro filmado” ao cinema, baseado na fixação espaço-temporal de palco para onde tudo converge, onde não havia mobilidade da câmera.

O retângulo da imagem é visto como uma espécie de janela que abre para um universo que existe em si e por si, embora separado do nosso mundo pela superfície da tela. Esta noção de janela (ou às vezes de espelho), aplicada ao retângulo cinematográfico, vai marcar a incidência de princípios tradicionais à cultura ocidental, que definem a relação entre o mundo da representação artística e o mundo dito real. (XAVIER, 2005, p. 22).

Assim, o advento do movimento da câmera apontaria então para a idéia de um espaço fora dessa espacialidade temporal. A expressividade da câmera estaria no seu movimento contínuo, de posicionamento em diversos ângulos, o que acarreta uma multiplicidade de pontos de vista. Mais uma vez, Xavier critica a idéia de cinema como teatro filmado posto que na própria linguagem cinematográfica há a incidência (e alternância) de planos fixos e contínuos com planos em movimentos e de curta duração. Nesses planos fixos e contínuos há também uma indefinição do não visto e do enclausuramento e nem por isso é teatro filmado.

A expressividade da imagem cinematográfica ganha efeitos e realces com o recurso da montagem. A montagem opera o sentido da descontinuidade e continuidade. Um pedaço de filme, ou fotografia, combinado a dois registros distintos, aquele que o antecede e o que o precede. O sentido da seqüência está posto, mas também a idéia da significação que nasce da relação entre partes descontínuas. A montagem possibilita a multiplicidade de pontos de vistas.

A decupagem é o processo de decomposição do filme (e, portanto, das seqüências e cenas) em planos. O plano corresponde a cada tomada de cena, ou seja, a extensão de filme compreendida entre dois cortes. O plano é um segmento contínuo da imagem. Pensando em uma ordem do maior para o menor, um filme é composto de seqüências, que por sua vez é composto de cenas, que por sua vez é composto de planos, o plano é então a menor unidade dramática de um filme.

Ismail Xavier (2005, p. 27-28) adota uma classificação dos planos, destacando que tal categorização é arbitrária, variando sua nomenclatura e conceito de acordo com a perspectiva teórica que se adota: o plano geral destaca exteriores e interiores amplos, mostrando todo o espaço da ação, com a figura humana não sendo elemento identificável; o plano médio ou de conjunto é utilizado em interiores, identificando os elementos humanos e o cenário, mas é um campo mais restrito de visão em relação ao geral; o plano americano centraliza figuras humanas que são mostradas de cima até a cintura, denotando uma grande proximidade da câmera em relação ao elemento humano; o primeiro plano (*close-up*) recorte o rosto ou detalhe da figura humana, enquanto o primeiríssimo plano seria um recorte ainda mais restrito da figura humana, um olho, por exemplo.

A classificação dos ângulos: normal, quando a câmera se coloca no mesmo nível da ação mostrada; a câmera alta se posiciona acima do objeto a ser filmado, normalmente para diminuir a importância deste em relação ao conjunto. Já a câmera baixa se coloca abaixo do objeto a ser filmado, normalmente para aumentar ou destacar a importância do objeto em relação ao conjunto.

3.4 Segundo fundamento da linguagem cinematográfica: a montagem

Uma definição abrangente e genérica sobre a função da montagem no processo de construção da narrativa cinematográfica diz respeito a um recurso técnico de seleção e organização de imagens (ou planos) cujo objetivo é contar uma história em determinado tempo, cuja ordem está explicitada no roteiro do filme. Certamente, tal definição – objetiva - não está incorreta, mas seguramente está incompleta. Claramente, é necessário selecionar e organizar imagens que foram filmadas quase sempre em ordem não cronológica, obedecendo ao cronograma de filmagem de produção do filme, cuja conveniência de filmagem tem uma lógica própria, notadamente a lógica industrial de otimização de recursos financeiros. O trabalho do montador começa, quase sempre, quando a filmagem é finalizada.

Assim, selecionar os melhores planos filmados e organizá-los numa seqüência narrativa determinada pelo roteiro é apenas o começo da aventura que é construir a linguagem e a narrativa de um filme. E também apenas uma perspectiva, pois, para além da organização e seleção das imagens, a montagem terá que definir aspectos menos objetivos, tais como o movimento, o ritmo e o dinamismo que as seqüências terão. Trata-se de um trabalho de construção de sentido e significado, a partir da visão que os agentes da produção e o diretor desejam para a obra.

Dziga Vertov (1896-1954), cineasta soviético “que recusa todo conluio do cinema com a ficção, em prol de uma crença em um poder de veridicidade de que ele (*o cinema, nota do autor*) seria dotado” (AUMONT; MARIE, 2003, p. 297), supunha a câmera é mais competente que o olho humano para captar a realidade de forma imparcial. Mas, além da fotografia – entendida como a potência de iluminar os objetos e enquadrá-los conforme uma perspectiva subjetiva do diretor -, a montagem é a etapa que complementa o trabalho de captação do real, conforme afirmava Vertov. Sem fotografia não há cinema; sem montagem também não há cinema. Ou quase. É possível fazer um filme de longa-metragem em único plano-sequência²⁶, mas tal empreitada tornaria os custos de produção muito mais altos. Como se sabe, o plano-sequência é um fundamento do neo-realismo italiano; enquanto a montagem é o pressuposto da Escola russa.

Como se observa, há elementos objetivos e subjetivos na proposição do trabalho de montagem. O objetivo diz respeito à primeira função da montagem: selecionar e organizar imagens em função do roteiro. A isso poderia se chamar edição ou ajuste do corte, aquele momento em que os planos são unidos na ilha de edição.

O segundo momento, mais complexo, é propriamente o trabalho mais criativo a que se permite a montagem. É o momento do diálogo entre diretor e montador. O primeiro explica

²⁶ *Arca russa* (Aleksandr Sokurov, 2002) é exemplo recente de filme produzido em único plano-sequência. Por ser realizado em vídeo digital, possibilitou-se essa pretensão, uma vez que o filme película tem um limite de duração de um rolo, ou seja, um plano sequência em película pode durar em torno de 30 minutos, para que outro rolo de filme seja colocado na câmera. O cineasta inglês Alfred Hitchcock (1899-1980) realizou *Festim diabólico* (1948) em três planos sequências, com duração total de 80 minutos. O cinema neo-realista italiano utilizava o plano-sequência como fundamento estético do movimento.

a sua visão sobre o filme, ou seja, aquilo que efetivamente ele deseja e sonha que a obra audiovisual seja. De um modo geral, o gênero do filme costuma ditar o tipo de montagem que se determina para o filme.

Um filme dramático, intimista ou uma comédia terá, provavelmente, planos mais longos (com maior duração) e mais fechados (mais aproximados dos objetos), permitindo que o trabalho dos atores e o enredo contado sejam destacados. Um filme de suspense terá cortes secos e rápidos. Um filme de ação terá montagem paralela (aquele em que dois ou mais eventos acontecem simultaneamente, a exemplo da ação dos bandidos e a perseguição policial). Um filme épico mostrará planos mais abertos, que destacam o cenário e a ambiência da narrativa contada. Bem entendido, isso acontece de uma maneira geral porque vai caber ao diretor inclusive subverter esses cânones que determinam que um gênero deva ser de um forma ou outra.

Neste ponto se definem os rumos que deve ter a narrativa audiovisual e, por extensão, o tipo de narrativa que se pretende: linear, não-linear ou não-narrativa. Há diretores que objetivam na montagem a busca de linguagem, montando seus filmes com uma decupagem menos clássica, que possibilite que o espaço de montagem seja de fato o momento da construção da narrativa. Além dos gêneros, as temáticas propostas e, sobretudo, a vinculação externalista do filme (produto para o mercado ou obra mais experimental) definirá ou permitirá a participação mais criativa da montagem para além do roteiro do filme.

Até chegar à sala de montagem, um filme não é mais do que um copião, ou seja, a reunião bruta, sem cortes, de todo o material filmado, acumulado ao longo de até meses de filmagem. Reúne várias tomadas de uma mesma seqüência, de uma mesma cena, ou de um mesmo plano. São muitas horas filmadas e quilômetros de rolos de filmes que chegam até o profissional da montagem, para que este, juntamente com o diretor, dê forma àquilo que os espectadores assistirão nas salas de cinema como um produto finalizado e bem acabado. Assim, o montador não é apenas um editor que junta partes do copião que foram filmadas

em separado e que precisam estar na ordem prevista pelo roteiro. O montador constrói a narrativa com o diretor.

O montador é o profissional que entra no filme no período de pós-produção, ou seja, depois de encerrada a produção do filme propriamente dita e as filmagens. Ao contrário do *set* de filmagem, que é local de grande agitação, subjetividades múltiplas e problemas diversos, a sala de montagem é o exato oposto: lugar tranqüilo e de reflexão. Dessa forma, o montador traz um olhar “neutro” em relação àquilo que aconteceu na filmagem.

Ao montador, teoricamente, não interessa se determinado plano custou muito dinheiro à produção ou mesmo toda uma cena, nem mesmo se esses planos e cenas foram bem filmados e dirigidos. O montador pensa aquele plano ou conjunto de planos como a parte de um todo. Ele vai se perguntar se aquele material é adequado ou não, que contribuição aquilo traz para a estrutura do filme ou para a forma que o filme deve ter. A montagem leva em consideração três aspectos em conjunto: imagem, som e música e se a junção desses elementos está de acordo com o conceito proposto para o filme.

Em passado não muito distante, os filmes eram montados, ou seja, cortados e colados, plano a plano, manualmente, de uma forma artesanal pelo montador na moviola (equipamento utilizado para se realizar a montagem dos filmes antes do aparecimento das ilhas de edição eletrônicas e digitalizadas, que persistiu ao longo de praticamente todo o século XX). Na era digital, os filmes são montados em ilhas de edição eletrônica, eliminando o trabalho físico de guardar filmes em latas, abri-las, colocar a seqüência de negativos na moviola, e fazer o corte manualmente. Era um momento bastante reflexivo e de maior duração, por motivos óbvios. A tecnologia veio suprimir essa etapa, com as modernas ilhas de edição, que armazenam todo material no computador, permitindo que a localização das partes do filme a serem montadas em seqüência seja dotada de mais agilidade e fluidez.

A ilha de edição permite armazenar várias versões do filme e, com isso, possibilita haver maior aprimoramento da relação imagem – som – música, cuja sincronia é atribuição do

montador. Em compensação, essa agilidade diminuiu o tempo de reflexão sobre o processo de montagem. Por ser processo mais lento, a montagem na moviola permitia maior tempo de reflexão sobre o filme e maior interação entre diretor e montador. A montagem deve ser consequência do processo de amadurecimento do filme que o diretor subjetivamente visualizou.

A montagem é a construção da narrativa, enquanto a edição é o ajuste do corte. Posto dessa forma, o editor seria um auxiliar passivo do diretor, esperando ordens para realizar os cortes. A idéia de edição limita o processo criativo do filme que nasce na sala de montagem porque a edição é somente a materialização do proposto pelo roteiro e *story board* (processo de pré-produção do filme, quando o diretor ou o desenhista de produção concebe o filme em desenhos seqüenciados plano a plano a ser materializado na filmagem pelo diretor de fotografia).

Cada filme tem um tempo. Um filme não pode (ou não deve) ser montado a partir de um menu de edição proposto por um programa de computador, tornando o processo mecânico e desprovido de vida. A montagem tem que estar a serviço do filme. Somente esse processo da montagem, que não é apenas técnico, mas marcadamente subjetivo, tem potencial criativo para dar feição a um filme.

Ismail Xavier (2005, p. 32) explica o caráter elementar da montagem, no qual a descontinuidade espaço-temporal no nível do mundo representado motiva e solicita o corte (seria impossível um mundo representado em ato contínuo), sendo a montagem um procedimento inevitável e que só acontece quando a descontinuidade é indispensável para a representação de eventos separados no espaço e no tempo, não se violando a integridade de cada cena em particular.

A platéia aceita esta sucessão não-natural imediata de imagens porque esta sucessão caminha ao encontro de uma convenção da representação dramática perfeitamente assimilada. Tal convergência redime o salto, que permanece aceitável e natural porque a descontinuidade temporal é diluída numa continuidade lógica (de sucessão de cenas ou

fatos). Na decupagem clássica, deve haver uma manipulação dos suportes para imprimir o efeito de continuidade desejado e para a manipulação exata das emoções. Essa convenção assimilada no processo de percepção e compreensão dos filmes é a expressão do *habitus* narrativo, proposto pelos agentes da criação cinematográfica, agora se manifestando no pólo da recepção. Em outras palavras, no processo de decodificação da mensagem audiovisual, o estatuto narrativo deve estar presente para que haja a adesão do espectador à naturalização dos fatos narrados pelo filme.

O que caracteriza a decupagem clássica é seu caráter de sistema cuidadosamente elaborado, de repertório lentamente sedimentado na evolução histórica, de modo a resultar num aparato de procedimentos precisamente adotados para extrair o máximo rendimento dos efeitos da montagem e ao mesmo tempo torná-la invisível. (XAVIER, 2005, p. 32).

No procedimento da montagem, a edição do corte, diz Ismail Xavier, vai libertar a prisão espaço-temporal e o limite do ponto-de-vista que a câmara parada, os planos fixos e planos costumam (ou costumavam) imprimir às narrativas cinematográficas. O corte era raro em 1908. Os planos eram gerais, abertos e o corte para o primeiro plano se dava por uma necessidade denotativa de informar algo que era essencial à narrativa. A montagem marca uma transição entre o “teatro filmado” e o filme de perseguição. Mas, o cinema narrativo foi mais adiante na intenção do ilusionismo e na impressão de realidade com o advento da montagem paralela, que define acontecimentos simultâneos, cujo modelo clássico é a montagem de perseguições e o filme de comédia. Um dos pólos de desenvolvimento da narração cinematográfica.

A montagem paralela estabelece uma sucessão temporal de planos correspondentes a duas (ou mais) ações simultâneas que ocorrem em espaços diferentes, com um grau de contigüidade que pode ser variável. Um elemento é constante: no final, será sempre produzida a convergência entre as ações e, portanto, entre os espaços. Há manipulação emocional na imagem paralela que, via de regra, inventa pretextos para o adiamento da ação. O célebre exemplo é o do vilão que fala demais antes de atirar (XAVIER, 2005, p. 34).

O que caracteriza a decupagem clássica é seu caráter de sistema cuidadosamente elaborado, de repertório lentamente sedimentado na evolução histórica, de modo a resultar num

aparato de procedimentos precisamente adotados para extrair o máximo rendimento dos efeitos da montagem e ao mesmo tempo torná-la invisível, ou seja, o ideal da transparência, ou toda uma movimentação técnica destinada a imprimir realidade à narrativa fílmica, mas que deve parecer invisível enquanto técnica. Esta estruturação lógica, natural, convencional da narrativa dramática não foi inaugurada pelo cinema, é encontrada em outras expressões artísticas, conforme já foi mencionado anteriormente.

Então, na decupagem clássica, deve haver ritmo na sucessão das imagens e esse ritmo deve corresponder à intensidade dramática e promover uma compatibilidade entre as imagens. Na decupagem clássica, deve existir uma manipulação dos procedimentos para imprimir o efeito de continuidade desejado e para a manipulação exata das emoções. São estes: 1. *Shot / reaction shot*. Um novo plano explicita o efeito (em geral psicológico) dos acontecimentos mostrados no comportamento de alguma personagem; 2. Combinação dos dois anteriores: campo / contra-campo. (XAVIER, 2005, p.34).

Para Ismail Xavier, a decupagem clássica é a verdadeira conquista da especificidade cinematográfica e que sob a observância dos princípios clássicos, décadas de cinema ficaram marcadas pelo predomínio absoluto desse método de narração no nível da produção industrial em escala mundial. Assim, o cinema clássico é um período simbólico longo e extenso, podendo-se afirmar que, embora costumeiramente situado na primeira metade da década do século XX, seu legado é atemporal e extra-espacial posto que a indústria do cinema contemporânea deve a esse período, produzindo filmes, atualmente, que ainda seguem rigorosamente o modelo clássico do início do século passado.

A decupagem clássica é uma conquista do cinema norte-americano, sedimentada no período de 1908 a 1916, determinando uma estética dominante para além das fronteiras norte-americanas. Pode-se afirmar que, em função de tal hegemonia, surgiram ao longo do século XX e ainda em suas primeiras décadas, escolas estéticas que se opuseram ao procedimento da decupagem clássica. Ao mesmo tempo em que a narratividade da decupagem clássica é identificada, por Ismail Xavier como a linguagem da transparência, a oposição estética ao cinema clássico é identificada como a linguagem da opacidade.

A construção do método clássico significa a inscrição do cinema (como forma de discurso) dentro dos limites definidos por uma estética dominante, de modo a fazer cumprir através dele necessidades correlatas aos interesses da classe dominante. As afinidades do cinema de Griffith com certo tipo de literatura popular e com um conceito de representação do século XIX tornam-se gradualmente mais relevantes para a reflexão crítica. (XAVIER, 2005, p. 38).

3.5 Classificação das narrativas segundo o habitus do campo

Os agentes do subcampo do cinema podem ser classificados segundo seu papel, suas funções e o grupo a grupos de pertencimento no interior do subcampo. Assim, para efeitos de categorização dos tipos de narrativas cinematográficas, a partir do conceito de habitus narrativo, é necessário retornar à classificação de grupos e de agentes, no que concerne especialmente aos agentes responsáveis pela criação das obras cinematográficas, vistas anteriormente na Parte III do Capítulo 1 desta tese. A primeira esfera do subcampo do cinema abrange, entre outros, os agentes criadores ou criativos (os diretores, produtores, roteiristas e cineastas).

A existência e permanência do cinema é a eles devida, a partir do momento em que na formação e evolução do subcampo, movidos por razões artísticas e/ou comerciais, instituíram o habitus narrativo como a lógica própria da sistematização criativa do campo a que pertencem. Tal lógica narrativa se impôs e adquiriu valor social e cultural como espetáculo de entretenimento voltado para grandes parcelas da sociedade (lógica do campo da indústria cultural) e também porque ao longo das primeiras décadas de sua formação e estabelecimento adquiriu certa legitimidade artística. Tanto a função de espetáculo de entretenimento quanto à função de expressão artística foram reconhecidas, externamente, pela sociedade em relação aos agentes criadores (ou criativos) pertencentes ao subcampo do cinema.

No plano interno ao subcampo, é possível afirmar que a distinção entre cinema de espetáculo de entretenimento, por um lado, e cinema como expressão artística, por outro, define a mais importante das lutas simbólicas empreendidas no interior do subcampo e da qual todas as outras são derivadas, em maior ou menor escala. Embora socialmente

valoradas, a perspectiva industrial-comercial da narrativa cinematográfica adquire um status diferenciado no interior do subcampo do cinema em relação à perspectiva artística do cinema.

Em outras palavras, esse status social pode ser superior ou inferior em relação à obra cinematográfica artisticamente considerada, dependendo do grupo que a valora, segundo o grau de pertencimento ao subcampo. Um festival internacional de cinema, como Veneza (Itália), por exemplo, pode valorar um dado filme, que, por sua vez, pode ser desconsiderado, por uma cadeia distribuidora interessada em adquirir filmes para lançamento mundial, exatamente em função de sua narrativa ser palatável ou não ao grande público espectador.

O embate tradicional de arte versus espetáculo é a fundamentação da classificação das narrativas cinematográficas, que aproximam o quanto mais da narratividade linear e do cinema clássico, na medida em que se situam alinhadas à lógica industrial e comercial do subcampo do cinema. Em outro pólo, as narrativas não lineares ou as não narrativas não se coadunam com a lógica comercial do subcampo do cinema e o campo da indústria cultural, sofrendo mais influência do campo artístico e do campo da produção cultural erudita.

Na evolução do subcampo do cinema, existe uma relação quase dialética entre o habitus narrativo e o habitus perceptivo (ou receptivo) dos espectadores em relação aos filmes narrativos. De um modo geral, salvaguardadas as exceções, é possível afirmar que existe uma adesão e identificação dos agentes espectadores ao habitus narrativo linear na justa medida em que as narrativas não lineares não conseguem atingir o objetivo da adesão com tanta “facilidade”. O habitus narrativo do subcampo do cinema é a síntese dos apelos de comunicabilidade já existentes em todas as artes, espetáculos, linguagens e narrativas anteriores ao cinema: folhetim, espetáculo de circo, teatro etc., conforme já foi abordado neste capítulo.

Que o século XX é marcado por profundas transformações tecnológicas, inclusive na produção de filmes, não há dúvidas. Igualmente não há polêmica em torno da tese de que o

campo da indústria cultural é profundamente caudatário de tais transformações e sua sobrevivência existe em função delas. Por extensão, o subcampo do cinema permanece existindo ao longo de mais de cem anos em função também dessas mudanças, mas somente a lógica estrutural do subcampo permanece inalterada: o *habitus* narrativo é o fundamento das narrativas cinematográficas dos filmes de longa-metragem exibidos em salas públicas de cinema que buscam a adesão dos espectadores. Assim, o subcampo do cinema é capaz de acomodar as transformações tecnológicas e submetê-las ao *habitus* narrativo, princípio gerador do subcampo do cinema.

Assim, é possível classificar, sinteticamente, as narrativas cinematográficas em três categorias, a saber: narrativas lineares, narrativas não lineares e não-narrativas.

Narrativa linear: é o tipo de estrutura narrativa mais comum no cinema comercial de ficção em longa-metragem, correspondendo a imensa maioria dos filmes que são produzidos pelas indústrias cinematográficas em todo o mundo. De um modo geral, é sempre desenvolvida a partir de um roteiro escrito anteriormente, onde história e enredo são dois paradigmas de sustentação da narrativa. Histórias com início, meio e fim, preferencialmente com um final que solucione em definitivo o conflito abordado. Os filmes narrativos devem conter enredo, preferencialmente narrando uma história sem simbolismos ou metáforas, com personagens bem delineados e identificados para o reconhecimento e a adesão do público espectador, sequência temporal de fatos, ritmo com certa agilidade que permita a compreensão do todo da história. Nesse sentido, a montagem ocupa uma função narrativa que auxilie no processo de identificação entre personagens e espectadores. Para aderir ao filme não é necessário que o espectador empreenda esforço intelectual, posto que a narrativa trata de dar sentido àquilo que se observa na tela. Trata-se de filmes naturalistas, com interpretações naturalistas, fotografia tradicional, no que tange aos enquadramentos e a luz; direção de arte, cenários e figurinos que recriam a época exata onde se passa o enredo do filme e proporcionam impressão de realidade. Engloba praticamente todo tipo de gênero cinematográfico: drama, comédia, policial, suspense, épico, romance etc. A narrativa linear coincide com o cinema clássico e a narratividade, sendo conceitos correlatos. Exemplos: *E o vento levou* (1939), *Casablanca* (1943), *Ben-Hur* (1959), *A noviça rebelde* (1965), *Um*

estranho no ninho (1975), *Amadeus* (1984), *Shakespeare apaixonado* (1998), *Uma mente brilhante* (2001) etc.

Narrativa não-linear: é uma variação ligeira ou mais complexa da narratividade. Ou seja, é possível identificar no cinema narrativo linear um enredo, embora não seja de fundamental importância o reconhecimento de uma história com uma cronologia de fatos fixa, contendo início, meio e fim. A narrativa não linear não está preocupada propriamente com algo que seja completamente inteligível pelo espectador. O sentido do filme é mais ambíguo, solicitando do espectador um esforço maior de reflexão sobre o que assiste. Embora haja por parte do cineasta um sentido preferencial que este atribui ao seu filme, a adesão com o espectador se encontra em um nível mais subjetivo por parte deste, posto que este é solicitado não apenas compreender o que assiste, mas sentir. As narrativas não lineares não são comuns na realidade do cinema industrial e comercial, em virtude da formulação secular do *habitus* narrativo empreendido pelo cinema desde os seus primórdios no início do Século XX. Mesmo a sua classificação engloba filmes esteticamente diversos, pertencentes a cinematografias e movimentos diversos, mas de um modo geral é característico daquelas escolas cinematográficas que se contrapunham ao padrão narrativo do cinema hollywoodiano, ao longo do Século XX. Sendo assim alguns dos filmes pertencentes aos ciclos da *nouvelle vague*, cinema novo, escola russa, entre outros, são tidos como narrativas não-lineares, embora muitos filmes desses citados movimentos também possam ser analisados sob um prisma da narratividade. Um exemplo de filme da indústria com características não-lineares é a produção *21 gramas*, vinculado a uma vertente de cinema independente na indústria cinematográfica dos EUA.

Não-narrativa: é um tipo de cinema não comercial, desatrelado da indústria cultural e, por isso, não contemplado por ela. São tidos como filmes experimentais porque quase sempre dispensam roteiro e por extensão enredos e histórias. Estão muito ligados a movimentos das artes plásticas, buscando com essas uma interrelação. São filmes considerados artísticos estrito senso, dispensando, além disso, produção no que diz respeito à direção de arte, cenografia, figurinos, como recriação literal de épocas. Contempla uma visão extremamente subjetiva, fortemente atrelada ao pensamento de seu diretor / cineasta, onde

basicamente os dois pilares da linguagem, a fotografia e a montagem, funcionam como instrumentos de criação artística, desenvolvendo um sentido aberto para a percepção de quem os assiste. Nesse sentido, os filmes do ciclo surrealista de Luís Buñuel, como *O cão andaluz*, produzido na década de 1920, são paradigmáticos da não-narrativa.

Em resumo, há no subcampo do cinema uma pluralidade de narrativas e de desdobramentos e adaptações dessas narrativas, muitas vezes originárias de outras linguagens, como a literatura, sempre uma fonte de forte referência para o cinema, como afirma Anna Maria Balogh (2005) -, justamente porque a lógica que orienta o subcampo do cinema não pode prescindir do fato de que entre os espectadores há variações intra-individuais e intra-classes, no sentido de que fala Bernard Lahire, que acarretam múltiplos modos de recepção que correspondem em maior ou menor grau à pluralidade das narrativas cinematográficas no âmbito de criação do subcampo

QUADRO 2 As narrativas cinematográficas dos filmes de longa-metragem e a sua inserção no subcampo do cinema

1. O habitus narrativo define as narrativas lineares que constituem a lógica do subcampo do cinema, estreitamente ligado ao campo da indústria cultural, orientado pelo mercado.
2. As narrativas não lineares podem eventualmente caracterizar parte da produção do subcampo do cinema, menos atrelado à lógica do campo da indústria cultural.
3. As não-narrativas são expressões audiovisuais desvinculadas do subcampo do cinema e estreitamente ligadas ao campo artístico.

QUADRO 3 Classificação dos filmes segundo o grau de narratividade

As classificações de 1 a 10, sendo 1, 2 e 3 as não-narrativas; as 4, 5 e 6 as narrativas não-lineares; as 7, 8, 9 e 10 as narrativas lineares.

Escala									
10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
A - Narrativas Lineares			B - Narrativas Não-lineares				C - Não-narrativas		

- Todos os filmes de longa-metragem exibidos em salas de cinema devem se situar em algum ponto dessa escala. A grande maioria dos filmes está situada no ponto A (lógica do campo da indústria cultural), com algumas exceções figurando no ponto B. As narrativas localizadas no ponto C estão desvinculadas à lógica da indústria cultural, contemplando a ligeira influência do campo artístico e do campo da produção cultural erudita sobre o subcampo do cinema.

QUADRO 4 Classificação narrativa dos filmes: exemplos de alguns filmes, segundo sua posição na escala narrativa do subcampo do cinema

Filmes clássicos norte-americanos:

Um estranho no ninho (Milos Forman, 1975): situa-se no nível 8 da escala da narratividade

Ben-Hur (William Wyler, 1959): situa-se no nível 10 da escala de narratividade

Cidadão Kane (Orson Welles, 1941): situa-se no nível 4 da escala de narratividade

E o vento levou... (Victor Fleming, 1939): situa-se no nível 10 da escala de narratividade

Filmes clássicos europeus:

Gritos e sussurros (Ingmar Bergman, 1972): situa-se no nível 5 da escala de narratividade

A noite americana (François Truffaut, 1973): situa-se no nível 6 da escala de narratividade

Blow up (Michelangelo Antonioni, 1966): situa-se no nível 5 da escala de narratividade

O anjo exterminador (Luis Buñuel, 1962): situa-se no nível 4 da escala de narratividade

Filmes experimentais:

Vinyl (Andy Warhol, 1965): situa-se no nível 1 da escala de narratividade

Um cão andaluz (Luis Buñuel, 1929): situa-se no nível 2 da escala de narratividade

Filmes contemporâneos:

Babel (Alejandro González Iñárritu, 2006): situa-se no nível 6 da escala de narratividade

21 gramas (Alejandro González Iñárritu, 2003): situa-se no nível 6 da escala de narratividade

Irreversível (Gaspar Noé, 2002): situa-se no nível 7 da escala de narratividade

Amnésia (Christopher Nolan, 2000): situa-se no nível 7 da escala de narratividade

III

O CINEMA NO BRASIL NA SEGUNDA METADE DO SÉCULO XX

1 A realidade social do subcampo no Brasil: doxa e ciclos de produção

O cinema brasileiro existe, praticamente, desde o início do século XX, mas por uma questão de recorte desta tese, o período relativo à primeira metade desse século não será abordado. No entanto, vale registrar a existência de ciclos regionais de produção, que ocorreram não apenas no eixo Rio – São Paulo, mas também em outras regiões, como nos estados de Pernambuco (Ciclo do Recife), Rio Grande do Sul e Pará, entre outros. Filmes de ficção de longa-metragem foram produzidos, inclusive com alguma repercussão juntamente ao público espectador, sendo redescobertos pela crítica especializada algum tempo depois.

A comédia “musical”, os filmes da Cinédia, referência de grande estúdio de cinema anterior à segunda metade do Século XX, e a pessoa de seu fundador, o produtor-diretor Adhemar Gonzaga (1901-1978), são alguns dos destaques cinematográficos do período, além de cineastas como Humberto Mauro (1897-1983), diretor de clássicos como *Brasa dormida* (1928), *Ganga bruta* (1933), *Favela de meus amores* (1935) e *Argila* (1940). Além desses, o único filme dirigido por Mário Peixoto (1910-1992), *Limite* (1933), ao mesmo tempo experimento e exercício estilístico audiovisual de narrativa não-linear, praticamente um filme silencioso (duas frases) numa época em que o cinema já era sonoro - é considerado um clássico da cinematografia nacional.

A adesão do público nacional ao cinema brasileiro, durante a década de 1940, aconteceu por meio de raros filmes como *O ébrio* (Gilda de Abreu, 1946). Sobre este escreveu o jornalista, crítico e pesquisador Salvyano Cavalcanti de Paiva, deixando claro, nas entrelinhas de seu discurso, a clássica distinção que se opera no interior do subcampo do cinema, que diz respeito ao antagonismo e à contraposição do gosto dos agentes especialistas do subcampo (críticos etc.) com relação ao gosto do público espectador de cinema.

Contudo, o recordista absoluto de afluência e, talvez, de bilheteria, foi o melodrama *O ébrio*, um dos mais primários, incompetentes e insuportáveis filmes de todos os tempos, em forma e conteúdo, e produzido pela Cinédia... (...) ... Razão do êxito: explorava mesmo em narrativa rude, por causa do arremedo de roteiro de Gilda de Abreu, todos

os mais legítimos chavões do moralismo hipócrita e os arquétipos introduzidos pela elite dominante e enraizados na boçalidade da massa brasileira – cristalizados, hoje, na telenovela. (PAIVA, 1989, p. 30).

Os ciclos históricos de produção do subcampo do cinema brasileiro são compreendidos na tese como doxas, acordos celebrados no interior de determinado grupo de agentes cineastas, com o objetivo de ganhar visibilidade, importância e se inserir no subcampo como força de produção cinematográfica. Curiosamente, os ciclos de cinema no Brasil são doxas e heterodoxias, simultaneamente. Com relação ao habitus narrativo e aos filmes estrangeiros produzidos em Hollywood, que ocupam o espaço de distribuição e exibição do subcampo, alguns desses ciclos podem ser percebidos como repetição de um padrão hegemônico estrangeiro, ao mesmo tempo outro (o cinema novo) desses ciclos representa uma ruptura com o padrão.

Numa perspectiva oposta a esse argumento, os mesmos ciclos, ao se estabelecerem como consenso da produção nacional em torno de um gênero cinematográfico específico (caso da chanchada, da pornochanchada) ou uma forma / temática de cinema engajado (o cinema novo) de se fazer cinema, agentes do subcampo (produtores e diretores) celebram acordos no qual o produto nacional de gênero específico ou o filme engajado, configuram-se como doxas.

No caso do cinema novo, essa ambivalência como doxa e heterodoxia é ainda mais peculiar, posto que, externamente, são rupturas com a estética narrativa do produto estrangeiro, mas internamente, posicionam-se como acordo, com direito até manifesto, nos quais questões de linguagem e narrativa são delineados, visando a certo padrão, no caso, o cinema nacional-popular, engajado ideológica e politicamente.

1.1 Anos 1950: a chanchada e os filmes da Vera Cruz

No Brasil, os filmes produzidos a partir do surgimento do estúdio cinematográfico Vera Cruz, em São Paulo, e as chamadas chanchadas produzidas pela Atlântida, no Rio de Janeiro, são considerados pela historiografia do cinema brasileiro como dois marcos na tentativa de se estabelecer, no Brasil, senão um cinema industrial, pelo menos um projeto

de atividade cinematográfica duradoura. Ambos os ciclos se caracterizaram por aspectos culturais diferenciados, a saber: o cinema paulista da Vera Cruz apostava na reprodução nacional do grande cinema clássico europeu (italiano, francês e inglês); enquanto a Atlântida tentou emular a formulação do cinema norte-americano (Hollywood), parodiando superproduções épicas do cinema dos EUA, além de investir em produções que mesclavam componentes narrativos das inocentes comédias musicais hollywoodianas, dos anos 1940-1950, com elementos da cultura e do carnaval brasileiros.

Apesar do predomínio comercial do cinema hollywoodiano no mundo ocidental ao longo do século XX, é preciso ressaltar que os cinemas clássicos de países como Itália e, sobretudo, a França, obtiveram repercussão junto aos agentes espectadores brasileiros, formando, inclusive, algumas gerações de apreciadores de filmes. Trata-se de um tempo no qual não havia o monopólio de exibição como atualmente, sob o controle de grandes cadeias norte-americanas. Distribuidoras francesas como a Gaumont e Art Filmes possuíam cinemas no Brasil, que se encarregavam exclusivamente de exibir produções européias, especialmente italianas e francesas. No Recife, por exemplo, até os anos 1970 e 1980, havia o Trianon, Art Palácio, Ritz e Astor, que exibiam tais filmes.

Os dois citados ciclos de cinema objetivavam público e status diferenciado. A Vera Cruz almejava o cinema da “grande arte” e o público da classe média mais intelectualizada. A Atlântida mirava o cinema de entretenimento e o público das classes médias baixas e populares. A tentativa paulista resultou em menos de 20 produções ao longo de pouco mais de cinco anos e resultados fracassados de bilheteria. Um projeto estético que o público não aderiu. Já as chanchadas da Atlântida, cujo intervalo de tempo abrange desde o começo do ciclo, ainda em meados dos anos 1940, estendendo-se por toda a década de 1950, com grandes sucessos de bilheteria, resultou no mais bem-sucedido ciclo de cinema comercial da história do cinema brasileiro. No entanto, os dois ciclos contemplavam, a seu modo, a fórmula do cinema dominante e hegemônico, aquele cinema clássico oriundo dos EUA (a chanchada) e da Europa ocidental (os filmes da Vera Cruz). Alberto Cavalcanti (1897-1982), brasileiro que fez carreira na Inglaterra e França, entre 1926 e 1977, dirigiu no Brasil

Simão, o caolho (1952), *O canto do mar* (1952) e *Mulher de verdade* (1954), clássicos nacionais.

As comédias musicais da Atlântida seguiam uma fórmula quase invariável, que incluía os protagonistas (herói e a mocinha), antagonista (o vilão), coadjuvantes (do bem e do mal), artistas famosos da época que se apresentavam em números musicais ao longo do filme, invariavelmente ambientados na cidade do Rio de Janeiro, então capital federal. Embora tentativa de reprodução de cinema hegemônico, a chanchada teve o mérito involuntário de recriar o “musical à brasileira”, e de trazer para o cinema nacional certa visão irônica e até crítica da realidade brasileira desse período, com tratamento cômico. De fácil comunicação com as platéias, a chanchada, como gênero do cinema brasileiro, configurou-se como forma de comunicação direta com os espectadores.

Em sentido estrito, nem todas as produções categorizadas como chanchadas pertenciam exatamente ao gênero musical. Tradicionalmente, no musical, as canções são introduzidas no desenvolvimento do enredo, como um prolongamento dos diálogos, pois as letras continuam a “contar” a história e são “falas” dos atores. Exceções à regra, as canções do musical são escritas especialmente para aquele filme, e ainda que não tenham sido realizadas com esse fim, devem guardar profunda relação com o enredo. A rigor, a chanchada pode ser melhor compreendida como gênero de comédia com música, embora alguns de seus filmes emulassem, de fato e propositadamente, o filme musical hollywoodiano.

Os principais artistas que fizeram parte do ciclo são Oscarito (1906-1970), quase sempre formando dupla cômica, de grande repercussão e popularidade com Grande Otelo (1915-1993), a “mocinha” Eliana Macedo, ou apenas Eliana (1926-1990), que em parceria com Adelaide Chiozzo (1931-....), formavam uma dupla musical das mais conhecidas, o “galã” Anselmo Duarte (1920-2009), o “vilão” José Lewgoy (1920-2003), Ankito (1924-2009), Dercy Gonçalves (1907-2008), Zé Trindade (1915-1990) e Zezé Macedo (1916-1999), entre tantos outros - atores de grande popularidade nos anos 1950. Cantores e cantoras

conhecidos da época também faziam participações especiais, muitas vezes lançando marchinhas que seriam *hits* carnavalescos de anos posteriores.

O comico Amácio Mazzaropi (1912-1981), recordista de bilheteria com o seu popularíssimo personagem do matuto Jeca, em muitos filmes dos anos 1950 a 1970, não fez parte da Atlântida, sendo um fenômeno à parte na historiografia do cinema brasileiro. Já a participação de Carmen Miranda (1909-1955), brasileira nascida em Portugal, que estreou muitos musicais em Hollywood, antecede a existência da Atlântida, aparecendo em cinco produções brasileiras, entre 1935 e 1940, com destaque para *Alô, alô Carnaval* (Adhemar Gonzaga, 1936), para a Cinédia.

A partir da década de 1960, o gênero entrou em declínio, encerrando o mais bem-sucedido ciclo comercial do cinema brasileiro. As causas foram as mais variadas: a contracultura dos anos 1960, com uma sociedade reivindicando mudança de valores, o engajamento social e político e até mesmo repetição das formulas cinematográficas que se exauriram como forma de entretenimento junto aos espectadores. É importante lembrar que as produções do ciclo da chanchada eram tecnicamente e com recursos de produção inferiores ao do ciclo da Vera Cruz, que lançou mão de equipamentos de qualidade, profissionais e técnicos de cinema renomados na Europa, bons estúdios e cenários de qualidade, para a concretização do sonho do cinema industrial.

Naquela época, pensava-se que as opções de tentativa de reproduzir o cinema dominante, seja pela qualidade técnica seja pela emulação de fórmulas narrativas, seriam suficientes para quebrar a hegemonia do cinema estrangeiro dominante. Apesar do ciclo da chanchada ter se revelado como uma mudança de *habitus* considerável no subcampo do cinema no Brasil, a hegemonia do cinema hollywoodiano, com sua estrutura de produção, distribuição e exibição mais potente, permanecia. Este seria então um fator a ser considerado na derrocada do ciclo da chanchada.

Já com relação ao estúdio Vera Cruz, afirma Afrânio Mendes Catani (1987) que “houve

reduzida adesão a seus filmes e é quase unânime - principalmente por parte da crítica - a opinião de que as produções da Vera Cruz mantinham um tom de artificialismo e impostação ao tratar a realidade brasileira da época.”. O pesquisador afirma que era bastante corrente e comum qualificar as obras do “cinema de qualidade”, proposto pela Vera Cruz, como “estrangeiros”, não apenas porque eram produzidos por artistas e técnicos oriundos da Europa, mas porque havia, segundo o historiador, uma “intenção deliberada” de realizar filmes, a partir de formulações clássicas do cinema dominante europeu: inglês, francês e italiano, o que, supunha-se, descaracterizava a realidade nacional.

1.2 Anos 1960: o cinema novo

Uma parte da produção cinematográfica brasileira começava a se destacar nos círculos intelectuais do Rio de Janeiro, quando novíssimos cineastas, influenciados pelo cinema moderno do pós-guerra na Europa – Itália e França, sobretudo -, com o neo-realismo e a *nouvelle vague*, pensaram um movimento estético renovador no cinema, que viria a ser conhecido como cinema novo. Um movimento que recusava a chanchada, os filmes “europeizados” da Vera Cruz, o ciclo do cangaço (anos 1950-1960) e toda uma tradição acadêmica do cinema brasileiro.

Esses novos cineastas e seus filmes fizeram com que o cinema brasileiro adquirisse visibilidade e reconhecimento artístico no exterior (especialmente na França), angariando reconhecimento intelectual e prêmios em festivais de cinema importantes, como Cannes. O cinema novo era então uma experiência moderna de cinema, oriunda do terceiro mundo, que rompia com os cânones do cinema-indústria e do cinema narrativo clássico, estabelecido por Hollywood.

O cinema novo trazia à discussão preocupações sociais, questões políticas, a problemática do homem rural e do homem urbano, aspectos que, tradicionalmente, o cinema brasileiro não costumava privilegiar. Neste particular, a temática do Nordeste, vinculada à questão da identidade nacional brasileira (a estética do nacional-popular, preconizada por Glauber Rocha, é fundamental na formulação do cinema novo, sobretudo em relação à primeira fase

do movimento²⁷), ocupou espaço de destaque na produção do período, certamente influenciada pela relevância da literatura moderna (dita regionalista), produzida sobre essa realidade, durante os anos 1930.

As obras literárias de Graciliano Ramos, José Américo de Almeida, José Lins do Rego, Guimarães Rosa, entre outros, são recorrentemente fonte de inspiração para as adaptações cinematográficas, a partir do cinema novo, sendo vinculadas à estética do nacional-popular. Pode-se afirmar que a tradição do cinema brasileiro de retratar o sertão, como pressuposto identitário nacional, é valorizado pela tradição cinemanovista.

Glauber Rocha, cineasta e teórico do cinema brasileiro, propunha um cinema independente estética e comercialmente. Ele renegava, inclusive, qualquer influência do neo-realismo italiano sobre este novo cinema que se fazia no Brasil, desejando, já nos anos 1960, uma integração do Brasil com a América Latina, a quem o país mantinha estreita identidade cultural²⁸. A cultura popular nacional era a sua grande questão intelectual e ideológica. Rocha escreveu o manifesto *Estética da fome* durante a fase inicial do cinema novo (primeira metade dos anos 1960), considerado texto fundamental para o movimento cinemanovista, pois estabelecia os princípios que deveriam nortear a nova estética cinematográfica.

No documento, Rocha denuncia o “exotismo” com que os problemas sociais são tratados pela arte brasileira e, por isso, propunha uma revolução no cinema, que contemplava o cinema anti-industrial, liberto das implicações comerciais, e o “cinema de autor” - algo bastante em moda nos anos 60. A tese glauberiana pressupunha que o audiovisual é capaz de revelar e interpretar a realidade social, alterando o inconsciente reprimido do público em consciência e no conhecimento racional de si próprio.

²⁷ A este respeito ver: GALVÃO, Maria Rita; BERNARDET, Jean-Claude. *O nacional e o popular na cultura brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1983. 266p.

²⁸ O diálogo de Glauber Rocha com o cinema latino-americano pode ser melhor conhecido em: SARNO, Geraldo. *Glauber Rocha e o cinema latino-americano*. Rio de Janeiro: CIEC, 1955.112p. Neste trabalho, Glauber renega, inclusive, a influência que o neo-realismo italiano possa ter tido sobre o cinema novo.

Segundo a historiografia, o cinema novo tem seus primórdios na segunda metade dos anos 1950, com *Rio, 40 graus* (Nelson Pereira dos Santos, 1955). O Homem brasileiro, a realidade social e a cultura nacional - questões dogmáticas do cinema novo - começam a aparecer não apenas na questão temática, mas também na linguagem e na narrativa. O filme de estréia de Nelson Pereira dos Santos foi considerado na época principalmente uma utilização das lições do neo-realismo italiano.

Embora de ruptura, o cinema novo era uma adaptação para a realidade brasileira da formulação estética do neo-realismo italiano e da *nouvelle vague* francesa. *Vidas secas* (Nelson Pereira dos Santos, 1963), marco dessa trajetória, é exemplo eloqüente da relação entre um e outro movimento cinematográfico, uma vez que a adaptação do texto de Graciliano Ramos resultou em filme que refletia a condição subumana do homem rural do Nordeste e expunha temática e formalmente a realidade social adversa existente no Brasil. Na sua primeira fase, o cinema novo privilegiou a temática da miséria do povo brasileiro; na segunda fase, o vazio e a perplexidade existencial e política do homem das classes médias brasileiras que viviam nas grandes cidades.

Jean-Claude Bernardet (1978) defendeu ponto de vista diverso sobre o cinema novo e a identidade do “herói” brasileiro retratado nos filmes do movimento. O homem brasileiro desse cinema é, na verdade, um ser pertencente à classe média²⁹. Motivado pela provocação estética do cinema novo, Bernardet questionou o conceito de cinema popular, propondo que cinema popular é algo que agrada ao grande público e não exatamente o cinema produzido a partir da problemática de um povo. É exatamente neste ponto de vista que reside a grande contradição do cinema novo, de modo particular, e a grande luta do subcampo do cinema brasileiro, de uma maneira geral: marcar a identidade do povo como referência estética e temática e, ao mesmo tempo, fazer o público se interessar pelo retrato de si que é oferecido.

²⁹ Trata-se de uma visão um tanto polêmica, criticada posteriormente pelo próprio autor, mas que é o cerne, a espinha dorsal do pensamento de BERNARDET, Jean-Claude. *Brasil em tempos de cinema: ensaio sobre o cinema brasileiro* 3ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978. 170p.

O habitus narrativo perpetrado no subcampo do cinema pelo cinema produzido em Hollywood explica, mas somente em parte, a rejeição dos espectadores brasileiros a tudo que parece visivelmente ideológico a respeito das condições sociais do povo brasileiro representado pelos filmes cinemanovistas.

No entanto, esse mesmo cinema passou pela experiência mais traumática, quando de sua relação com o público brasileiro. Uma das principais críticas feitas ao cinema novo é que visando se dirigir ao “povo” (um projeto político do movimento cinemanovista) e assumindo um sentido de cinema popular, que era próprio aos cineastas, o cinema novo não conseguiu transpor os seus objetivos para o plano de percepção estética acessível ao público, acostumado ao habitus narrativo do cinema clássico linear.

A barreira da distribuição e exibição dos filmes estrangeiros, especialmente os norte-americanos e de língua inglesa, constituía-se (constitui-se também na atualidade) como barreira para o acesso aos filmes nacionais. Isso foi intensificado, sobretudo, na década de 1960, fazendo com que a idéia de um cinema engajado politicamente e de transformação da sociedade fosse uma linguagem de difícil circulação na realidade sócio-cultural do Brasil daqueles tempos. Certamente, um cinema brasileiro mais convencional, narrativo, seguindo regras do cinema clássico consagrado por Hollywood, co-existia com o cinema vanguardista de Glauber Rocha e com o cinema novo, nos anos 1960.

O mercado formara um habitus no público espectador pelo produto hollywoodiano, considerado pelos cinemanovistas como “alienante”, porque produzido no conteúdo e, sobretudo, na forma como uma narrativa não-reflexiva dos problemas sociais. No entanto, a questão era mais ideológica do que do conteúdo temático dos filmes. Produções como *O pagador de promessas* (Anselmo Duarte, 1962) e *Assalto ao trem pagador* (Roberto Farias, 1963) estavam inseridos na vertente de um cinema social e nacional, mas para os cinemanovistas seguiam como reprodução do modelo hegemônico estrangeiro. Já *Deus e o diabo na terra do sol* (Glauber Rocha, 1964) e *Os cafajestes* (Ruy Guerra, 1963) alinhavam-se à vertente de conteúdos sociais, como *O pagador de promessas*, entretanto deste se afastavam na linguagem porque Glauber Rocha compreendia o filme de Anselmo

Duarte destituído de uma visão ideológica do nacional-popular.

A estética do nacional-popular, cara ao cinema novo, não seria suficiente para garantir a todos os cineastas daquele momento o status de “cinema novo”, excluídos desse conceito estavam, além de Anselmo Duarte, com *O pagador de promessas*, o ciclo dos filmes de cangaço. O cinema popular brasileiro, defendido pelo cinema novo, distanciou-se da estética narrativa clássica, o que certamente contribuiu para afastar, ainda mais, o público brasileiro do cinema nacional, habituada à narratividade imposta desde os primórdios do cinema pela indústria cinematográfica dos EUA. O naturalismo do cinema hollywoodiano se encontrava muito distante do nacional-popular do movimento cinemanovista.

O cinema brasileiro dos anos 1960 retratava os conflitos e as contradições da identidade brasileira e as estruturas sociais, aspectos tão contundentemente visualizados pelos filmes do período, a ponto de o cinema novo mais provocar a rejeição do que se fazer compreendidos pelos espectadores do cinema comercial. Um marco estético, considerado pelos agentes da crítica de cinema, mas um fracasso juntamente ao público espectador médio do cinema. No entanto, a significação cultural do cinema novo foi além da década de 1960, pois se constitui em uma forma de cinema nacional que criou uma identidade audiovisual para o Brasil. É, atualmente, forte referência de um universo audiovisual que contempla sertão, favela e periferia, temáticas e narrativas importantes para a tradição do cinema brasileiro.

O ciclo do cinema novo, que existiu durante toda a década de 1960, não foi o único movimento de cinema acontecido nesses anos no Brasil. Outras formas de expressão audiovisual tiveram lugar na década e ocorreram paralelamente à existência do cinema novo. Inclusive, produções mais alinhadas à orientação comercial da indústria cultural, despreocupadas com rupturas estéticas, tiveram espaço nesses anos 1960. Mesmo no interior do movimento cinemanovista, algumas lutas se travaram no campo da linguagem e narrativa dos filmes. Além disso, o contexto social e político da segunda metade da década de 1960 foi fundamental nessa divisão interna do movimento.

Além do cinema novo, surgiu, ao final da década, o “cinema marginal”, dito *udigrúdi* (a palavra é uma piada com a estética *underground*, tão em voga com a contracultura do final dos anos 1960). Tais filmes radicalizavam ainda mais o cinema brasileiro do período porque não se vinculava a temáticas ou cânones formais específicos. Era produzido na área da chamada Boca do Lixo de São Paulo, onde posteriormente iria florescer a vertente paulista da pornochanchada nacional, nos anos 1970. Tratava-se de produções precárias sob o ponto de vista do aparato de produção, temática marginal e anárquica, e uma linguagem e narratividade não-linear. São dessa época alguns clássicos como *O bandido da luz vermelha* (Rogério Sganzerla, 1968), *Matou a família e foi ao cinema* (Júlio Bressane, 1969), *A margem* (Ozualdo Candeias, 1967), *Meteorango Kid, herói intergalático* (André Luiz Oliveira, 1969), *Bang bang* (Andrea Tonacci, 1971), *Sem essa, Aranha* (Rogério Sganzerla, 1970) e *Os monstros de Babaloo* (Elyseu Visconti, 1971), entre outros.

1.3 Anos 1970: pornochanchada e o cinema nacionalista

O contexto político brasileiro dos anos de chumbo, que perpassaram as décadas de 1960, 1970 e parte de 1980, ajudou a aumentar o fosso entre cinema brasileiro e público espectador. Parte dos cineastas oriundos dos anos 1960 viu-se obrigada a realizar filmes que, muitas vezes, funcionavam como metáforas audiovisuais, quase sempre pouco compreensíveis ao grande público tão acostumado à narratividade do cinema clássico consagrado pela indústria cultural hollywoodiana.

Os anos 1970 viram, então, nascer uma nova tentativa de cinema industrial-comercial no Brasil, que mesclava os ingredientes “populares” das chanchadas da Atlântida, mas sem a “ingenuidade” daquelas produções. Entre 1970 e 1979, 93 filmes nacionais atingiram o patamar de mais de um milhão de espectadores. Entre estes títulos, encontram-se pornochanchadas, dois filmes estrelados pelo cantor Roberto Carlos, comédias d’Os Trapalhões, de Mazzaropi, alguns raros dramas, filmes com artistas populares sertanejos. Entre 1970 e 2006, o filme infantil e a comédia foram os gêneros de filmes brasileiros, com maior adesão por parte do espectador, com, respectivamente, 45 e 41 títulos entre as 188 produções com mais de um milhão de espectadores, seguidos de perto pelo filme erótico

(não-explicito), com 32 títulos³⁰. Muito pelo contrário, começava a era das comédias sexuais, chamadas de pornochanchadas, ousadas para os padrões morais da cultura burguesa do Brasil pós-AI-5, mas absolutamente ingênuas para a configuração do erotismo contemporâneo.

Esses filmes - em parte comédias produzidas no Rio de Janeiro e dramas eróticos produzidos em São Paulo na área da Rua do Triunfo, conhecida como Boca do Lixo - em pouco tempo preencheram, em termos de receptividade por parte do público (principalmente da classe média baixa, segundo um conceito da época) a lacuna deixada pela comunicação popular dos filmes da Atlântida, que saíram de moda com a contracultura dos anos 1960 e o advento do cinema novo.

Por uma via extremamente popular (ou popularesca), o cinema brasileiro parecia ter-se reencontrado com o público, basicamente uma classe social não-intelectualizada e pouco exigente, que, de alguma forma, via nos filmes brasileiros a oportunidade de travar contato com certa perversidade sexual que adquirira espaço em todo o mundo, a partir do final dos anos 1960. Estava restabelecida uma quantidade razoável de produção nacional anual, que garantia gordas bilheterias. Observada pelos agentes da crítica cinematográfica como “grosseira e vulgar”, a pornochanchada era conseqüentemente tida como alienada e alienante.

Por outro lado, parte dos cineastas que nasceram com o cinema novo resistiu à década de 1970. Com o quadro político radicalizado, esses diretores tiveram, entretanto, de adaptar-se a uma era que incluiria em meados dos anos 1970 a atuação do Estado brasileiro como produtor e distribuidor de filmes. Com a criação da Embrafilme, o cinema brasileiro considerado sério pôde sobreviver à avalanche de pornochanchadas que sacudiram a década de 1970. Distante dos questionamentos inquietantes demonstrados em filmes como *Terra em transe* (Glauber Rocha, 1967) e *O bravo guerreiro* (Gustavo Dahl, 1969), Ismail Xavier (1985) afirma que os cineastas brasileiros aderiram, por questões de sobrevivência, ao

³⁰ Fonte: Agência Nacional de Cinema (ANCINE, 2006).

“cinemão”: “O Estado estimula um cinema ‘sério’, ligado às tradições nacionais mais nobres, em contraposição ao que julga baixa cultura da comédia erótica que, curiosamente, avança no mercado com o endurecimento do regime”.

Houve então um natural afastamento estético dos cineastas do movimento cinemanovista às idéias e ideais da década anterior. Ramos (1987) faz um recorte sobre o filme *Xica da Silva* (Carlos Diegues, 1976). Ele diz que as críticas colocavam o filme como algo próximo à estética estatal adotada pelo regime militar nos anos 1970 com relação ao cinema brasileiro, que incentivava a produção de filmes históricos com recursos retirados diretamente do Tesouro Nacional via Embrafilme. Além de sucesso de bilheteria, o filme de Carlos Diegues era, segundo críticas desfavoráveis, um “casamento do cinema novo com a pornochanchada, tratamento equivocado das relações raciais, folclorização e espetacularização da História”. (RAMOS, 1987).

Curiosamente, Carlos Diegues, um cineasta de formação cinemanovista, faz de *Xica da Silva* uma emulação da vertente nacional-popular com estética setentista, identificada, inclusive, com elementos da pornochanchada, alcançando público expressivo: 3.183.582 espectadores. Fonte: Agência Nacional de Cinema (ANCINE, 2006). Com isso, tentou superar o “abismo” entre o habitus intelectual artístico e o habitus narrativo do cinema. Diegues e Arnaldo Jabor são cineastas cinemanovistas que conseguiram algum diálogo com o público nos anos 1970 e 1980. Cada um tem três filmes com bilheterias acima de um milhão de espectadores. Os dois, ao lado de Bruno Barreto e Hector Babenco (*Lúcio Flávio – o passageiro da agonia*; *Pixote – a lei do mais fraco*) são exemplos de agentes que adquiriram legitimidade no subcampo por duas vias: a da legitimação da crítica e a consagração do público.

A produção da década de 1970 abrangia a pornochanchada carioca e paulista, os cineastas independentes esteticamente como Carlos Reichenbach, Carlos Hugo Christensen e Walter Hugo Khoury, o cinema marginal, um ainda ativo Glauber Rocha, que foi filmar na Europa, e os cineastas remanescentes do cinema novo aproximados das propostas estéticas e financeiras do Estado brasileiro. Fernão Ramos afirma que Carlos Diegues havia escolhido

a forma filmica possibilitando o “mergulho no mercado”, libertando-se, assim, das amarras dos tons solenes de seus filmes anteriores: “Outros filmes circularão a partir de então em torno do ‘respeito’ ao popular e da ‘espetacularização’ do nacional. Ocorre uma atualização da concepção de ‘nacional-popular’, sob os influxos da ação estatal na cultura e do crescimento da indústria cultural” (RAMOS, 1987).

Patrocinada por produtores independentes, a pornochanchada retornava às raízes de um cinema popular (do ponto de vista de bilheteria, do agrado de uma parte da população) pouco interessado em um retrato mais aprofundado sobre a vida urbana nas grandes cidades. Em outro pólo, os cineastas brasileiros viam-se na obrigação de aceder ao chamado do Estado para continuar produzindo filmes. O resultado foi um conjunto de vários filmes “históricos” e “literários” que, raramente, recebiam adesão por parte do público espectador.

O Estado passou a subsidiar filmes orientados para uma finalidade. A ideologia nacionalista do regime militar se fez presente na valorização da produção cinematográfica brasileira da época. Assim, nasce a relação mais estreita entre Estado e produção cinematográfica no Brasil. Bernardet (1978) avalia que o filme histórico foi uma “vedete” na produção cinematográfica brasileira dos anos 1970, uma vez que a Embrafilme, a empresa produtora e distribuidora de filmes oficial, deu orientação temática e estética neste sentido, com o objetivo de produzir obras que “sirvam diretamente a seus interesses ideológicos e estéticos”.

Havia um orçamento especial somente para filmes históricos: “instala-se uma comissão em nível ministerial, cuja tarefa é receber e avaliar roteiros, e indicá-los ou não para a produção. A comissão atua em dois pontos: avaliar projetos de diretores estreantes e de filmes históricos”. Nesse sentido, é possível pensar em certa crise criativa do subcampo do cinema, uma vez que se configurava dois ciclos: o da pornochanchada por um lado, e dos filmes históricos e adaptações literárias, por outro, esta institucionalmente incentivada pelo regime político. O novo capital que começara a circular era a proximidade e o favorecimento do Estado, que se colocava como agente de produção do subcampo.

No contexto da década de 70 e, segundo os propósitos de uma política orientada para o subcampo do cinema, os filmes históricos e as adaptações literárias colocavam-se como argumentos de valorização da história e da cultura nacionais. Por parte dos cineastas, havia dois pontos de vistas em relação ao filme histórico: a realização de filmes com intenções meramente “patriotas”, verdadeiras aulas de civismo, como *Independência ou morte* (Carlos Coimbra, 1972); ou visões críticas e contestatórias da história brasileira, que se remetiam à herança cinemanovista como *Os inconfidentes* (Joaquim Pedro de Andrade, 1972).

O público espectador mantinha-se menos afastado do cinema brasileiro do que na década de 1960, mas ainda assim longe do projeto de uma indústria cinematográfica brasileira auto-sustentável, apesar do êxito do ciclo da pornochanchada, restrito a certos segmentos de classes médias e baixas. Os filmes históricos e literários, em sua maioria, também não serviam a um propósito de indústria, porque apesar de produzidos continuavam a ter problemas de distribuição e exibição em território nacional.

As exceções eram uma ou outra produção baseada na literatura, como *Dona Flor e seus dois maridos* (Bruno Barreto, 1976), os filmes eróticos e os filmes do quarteto Os Trapalhões. Pelo menos, mais de uma dezena de filmes d’Os Trapalhões se encontra entre os maiores sucessos comerciais do cinema nacional, com cada um dos títulos atingindo bilheterias acima de quatro milhões de espectadores entre os anos 1970 e 1980³¹.

Assim, como a pornochanchada, o quarteto de comédicos reverenciava uma narrativa clássica, centrando-se numa mistura de humor e aventura, que seduzia o público já acostumado à linguagem da televisão, mídia que popularizou o quarteto. Para se ter um exemplo, das dez maiores bilheterias do cinema brasileiro em 1975, segundo PAIVA (1989), somente dois pretendiam ter o caráter de produção de “alto nível”: *Guerra conjugal* (Joaquim Pedro de Andrade, 1974) e *O casal* (Daniel Filho, 1975): “A renda mais alta foi a de *Jeca Macumbeiro*, chanchada de Mazzaropi, seguida de uma comédia infantil de Os Trapalhões,

³¹ Fonte: Agência Nacional de Cinema (ANCINE, 2006).

mais seis pornochanchadas e um dramalhão melódico do cantor-matuto Teixeira”.

O filme *Dona Flor e seus dois maridos* estreou em novembro de 1976, sendo até o momento contemporâneo a produção brasileira mais vista no mercado nacional, com um total de 10.735.524 espectadores, segundo dados da Agência Nacional de Cinema (ANCINE, 2006). *Dona Flor e seus dois maridos* é exemplo de produção com tentativa de conjugar pretensões estéticas – alude à literatura do e sobre o Nordeste - e apelos comerciais do cinema narrativo. O filme é uma das produções nacionais mais conhecidas no exterior, inspirando, inclusive, versões para musicais da Broadway e filmes de Hollywood, além de ter projetado a atriz Sônia Braga.

É razoável acreditar que houvesse, por parte dos agentes produtores do subcampo, real esforço em conseguir comunicabilidade com o público espectador. De alguma forma isso se concretiza por via de subgêneros que estabeleceram tal diálogo, para além da pornochanchada. Produções que acessavam diferentes *habitus* de classes sociais, minimizando o distanciamento entre as condições sociais de produção do subcampo e o *habitus* da recepção cinematográfica. Alguns cineastas que no interior do subcampo do cinema não possuíam legitimidade intelectual e artística, são exatamente aqueles que dirigiram os filmes de maior repercussão juntamente ao público entre os anos 1970 e 1990: nomes desconhecidos atualmente como J. B. Tanko (dirigiu 11 filmes dos Trapalhões com mais de um milhão de espectadores); Pio Zamuner (diretor dos filmes de Mazzaropi, com oito títulos com bilheteria acima de um milhão de espectadores); José Alvarenga Jr e Adriano Stuart (ambos dos Trapalhões, com sete e seis filmes, respectivamente)³².

Na década de 1970, o cinema brasileiro mantinha-se como produto de consumo restrito ou vinculado a uma dada classe média baixa, mediante a adesão à pornochanchada, embora seja a década que, nos últimos 40 anos de cinema brasileiro, apresentou melhores resultados de bilheteria. Além de restrita parcela do público, havia aceitação do cinema nacional por parte dos agentes da crítica e no circuito dos festivais de cinema. Para o

³² Fonte: Agência Nacional de Cinema (ANCINE, 2006).

grande público, além do estigma de “difícil” e “incompreensível” (herança dos anos 1960), acompanhou o cinema brasileiro outro estigma incorporado durante a década de 1970, que não estava relacionada apenas à precariedade técnica. A maior parte do público espectador, notadamente a classe média mais intelectual, passou a década alheia ao cinema brasileiro porque o classificava como um cinema vulgar e pornográfico.

O cinema nacional passou pelos anos 1970 enfrentando o crônico problema da distribuição, apesar da reserva de mercado e abundante produção - entre 1970 e 1979, mais de 800 filmes foram produzidos. Uma confluência de fatores que incluía uma má orientação do Estado no tocante à política cultural, uma produção comercial de baixo nível, o costume do público em filmes convencionais estrangeiros de narrativa tradicional e uma dificuldade dos cineastas em aproximar-se desse público. A Lei de Obrigatoriedade de exibição de filmes nacionais nas salas brasileiras, que imperou nos anos 70-80, mostrou-se falha, uma vez que era apenas propriamente uma legislação de incentivo, mas de imposição ao público do produto nacional.

Entre 1972 e 1982, o cinema brasileiro, através do ciclo da pornochanchada, conheceu o que se poderia nomear como uma fase “quase industrial”, em virtude do grande número de filmes do gênero produzidos (e, mais importante, exibidos, quase sempre com grande sucesso de público) ao longo da década. Tratava-se de um conjunto de filmes financiados e negociados por meio da iniciativa privada, sem a intervenção do Estado, o que curiosamente distinguia os agentes produtores desse subgênero de filme como produtores independentes, que certamente se antagonizavam estética e ideologicamente com outros grupos de agentes do subcampo, a saber, os cineastas herdeiros do cinema novo e aqueles cujas produções recebiam o beneplácito do Estado na produção e distribuição.

1.4 Anos 1980: fim da era do Estado produtor

A questão do subcampo do cinema está sempre vinculada à realidade macroeconômica e à existência de um mercado para este filme, além de articular os arroubos criativos do cineasta com o gosto do público. Os anos 1980 são considerados um tempo de entressafra

para o cinema do Brasil, posto que estivesse quase sempre no vermelho, observadas as bilheteria da época e perseverança da política do Estado financiador da atividade cinematográfica.

Memórias do cárcere (Nelson Pereira dos Santos, 1984) é um marco do cinema brasileiro na década de 1980. Realizado com recursos modestos (550 mil dólares), é registro de um diálogo bem-sucedido do cinema brasileiro com a literatura nacional. Antes dele, *Pixote – a lei do mais fraco* (Hector Babenco, 1980) abriu o decênio com bons prognósticos que, afinal, não se concretizaram. *O beijo da mulher aranha* (Hector Babenco, 1985), filme de muita visibilidade na década, é produção com capitais norte-americanos e atores principais também dos EUA. Lá fora, não é reconhecido como sendo um filme brasileiro, embora a temática latino-americana do romance original de Manuel Puig se assemelhe à brasileira; e mesmo a linguagem e narrativas impressas fujam do padrão narrativo da produção média norte-americana. Trata-se de uma exceção que confirma a regra.

Com a liberalização do regime e da censura ao longo da década de 1980, e da redução gradual da tutela do Estado, os produtores cinematográficos - já distanciados de uma proposta político-cultural oficial - começam a se aproximar do público, adotando fórmulas narrativas do cinema-espetáculo. A parte técnica foi progressivamente melhorada, embora não suficientemente no sentido de assegurar uma sobrevivência que depende basicamente do estabelecimento de uma indústria, que não pode existir sem apuro técnico e público pagante. Xavier (1985) afirma que há uma ausência de uma proposta estética aglutinadora: “No cinema da abertura, conforme o tipo de produção que se considera, a interação entre filme e questões sociais assume formas variadas”.

Apesar de poucas produções com alguma repercussão popular, é possível afirmar que os anos 1980 no cinema brasileiro foram um período de entressafra, talvez de saturação de modelos anteriores já desgastados. O habitus de produção anterior começa a se degradar. A partir de seus restos, ressurgirá um habitus transformado. A produção progressivamente foi-se reduzindo em relação à década de 1970, uma vez que a pornochanchada já havia se esgotado e os filmes estrangeiros de sexo explícito possibilitaram ao público nacional uma

aproximação muito maior com o crescente mercado pornográfico internacional. Não havia mais censura, e sim um crescente desinteresse do Estado com a produção brasileira, que se eximia progressivamente do papel de principal agente de produção do subcampo. Não se pode falar em autonomia do subcampo do cinema porque, com as devidas exceções dos ciclos da chanchada e da pornochanchada, não há independência do subcampo com relação ao Estado, cuja interferência direta ou indireta sempre foi necessária para a existência da atividade cinematográfica no Brasil.

Com a diminuição de público, os cinemas latino-americanos fecharam as suas portas na década de 80 em mais ou menos 50%. O grande problema, para países como Argentina, México e Brasil, é mesmo o da distribuição e exibição, posto que, em diversos períodos, houve farta produção. No Brasil, notadamente na década de 70, quando predominavam as chamadas “pornochanchadas”. Talvez, o único período do cinema nacional verdadeiramente industrial, em uma acepção mais geral do termo.

Em 1986 houve um pico de produção de 112 filmes, mas verdadeiramente nem metade chegou a ser exibida naquele ano (PAIVA, 1989), o que bem demonstra que a atividade cinematográfica no Brasil ainda gerava prejuízos para os seus realizadores, com honrosas exceções que comprovam a viabilidade comercial do cinema brasileiro, desde que medidas legais fossem tomadas nesse sentido.

1.5 Anos 1990: a retomada do cinema e início da era do Estado incentivador

A década de 90 marca o início de um novo ciclo de cinema no Brasil, com a retomada da produção, de forma mais sistemática, a partir dos anos 1994-95. Os mecanismos de produção e distribuição de grande parte dos filmes nacionais, que durante as décadas de 1970 e 1980 estavam basicamente a cargo de órgão estatal, a Embrafilme, haviam sido extintos pelo governo do presidente da República, Fernando Collor, em 15 de março de 1990. Os reflexos de uma política global de cunho fortemente neoliberal comprometeram o Estado brasileiro como promotor e difusor da produção cultural audiovisual. Entre 1990 e 1993, o cinema brasileiro de longa-metragem praticamente desapareceu. Poucos títulos

foram produzidos e chegaram ao público espectador.

Com o advento da chamada Lei do Audiovisual³³, que permitiu um aumento significativo da produção, os agentes da produção e direção de cinema apostaram em um “potencial” mercado internacional para os filmes nacionais. Assim, parte da produção brasileira da segunda metade da década de 1990 esteve voltada para a produção de filmes com visíveis interesses de mercado. Com pretensões a recuperar algum público para o cinema feito no Brasil. Alguns novos filmes dessa época incorporam modelos estéticos compatíveis com a demanda de mercado internacional, de inspiração na linguagem e narrativa de filme de padrão hollywoodiano.

O argumento pretendido é de que as novas produções poderiam competir com produtos estrangeiros similares em sua narrativa, adaptando-se a um gosto geral do mercado de cinema mundial. Estabeleceu-se uma tendência crescente de produção voltada para o mercado, entendida principalmente como aquele padrão de filme, feito, sobretudo, para o entretenimento, com linguagem acessível, bem aproximada àquela difundida pelo cinema narrativo convencional e até mesmo com filmes produzidos em inglês. Um quadro estético bastante diverso daqueles preconizados nas três décadas anteriores aos anos 1990.

No entanto, a viabilidade do modelo de filme voltado para o mercado e falado em inglês, embora produzido no Brasil, apresentava-se como uma impossibilidade porque o cinema brasileiro ainda não havia alcançado padrões técnicos compatíveis com a grande indústria cinematográfica dos EUA. Era apenas um cinema periférico, que estava lançando mão de uma estratégia mercadológica que não parecia ter provas empíricas de que seria bem sucedido comercialmente.

Houve uma quantidade razoável de filmes com essa finalidade, com destaque para *Jenipapo* (Monique Gardenberg, 1995). A produção aborda a questão dos sem-terra e do envolvimento da Igreja com a reforma agrária no Brasil, pela ótica de um jornalista

³³ A Lei 8.685, de 20 de julho de 1993, o primeiro dispositivo legal especificamente voltado para a produção de cinema brasileiro, depois da era - Collor, ainda no governo do presidente Itamar Franco.

estrangeiro. No filme, não é raro ver personagens simplórios falando em inglês. Walter Lima Júnior (um remanescente do cinema novo) produziu e dirigiu *O monge e a filha do carrasco* (Walter Lima Júnior, 1995), adaptado de obra literária estrangeira. No filme, atores brasileiros e mais um ou dois norte-americanos representam em inglês um enredo ambientado na Europa medieval.

Cineasta veterano e não alinhado a quaisquer correntes e movimentos da tradição cinematográfica brasileira, Walter Hugo Khoury também dirigiu filmes em inglês. Tido por parte da crítica como o “Ingmar Bergman brasileiro” e no gênero do drama psicológico, com toques de erotismo, Khoury contou no elenco com Ben Gazzara, reconhecido ator norte-americano. Vale citar ainda *Buena sorte* (Tânia Lamarca, 1997), que se apropria de temática *country* para fazer uma espécie de faroeste caboclo, com personagens que dialogam em inglês. Em dado momento sente-se que a diretora desejou realizar uma sátira (ou seria uma paródia?) à estética da qual se apropriou, incluindo na trilha sonora uma mescla de sucessos rurais norte-americanos e brasileiros (anteriormente nomeados de sertanejos). Seria este o típico filme globalizado da década de 1990?

No entanto, o fenômeno não ocorreu apenas no Brasil. A década de 1990 marca um movimento registrado em todos os cinemas nacionais não-norte-americanos, periféricos ou de tradição, na direção da estética da narratividade, a exemplo do cinema francês. Luc Besson se apropria de narrativa, linguagem, gênero cinematográfico e língua inglesa para realizar seus filmes.

Na segunda metade dos anos 1990, a temática / estética do sertão (cara à tradição cinematográfica do Brasil, a partir dos anos 1950, com o auge nos anos 1960 e 1970) retorna nos filmes *Sertão das memórias* (José Araújo), *Central do Brasil* (Walter Salles, 1998), *Guerra de Canudos* (Sérgio Rezende), *Corisco e Dadá* (Rosemberg Cariry), *Baile perfumado* (Paulo Caldas e Lírío Ferreira) e *O cangaceiro* (Aníbal Massaíni). São filmes que realizam uma representação do Brasil sob os mais diferentes prismas, pontos de vistas e enfoques estéticos, mas em todos pontifica a “cultura nordestina” como referencial estético.

Segundo o crítico Ismail Xavier (1997), as constantes variações e instabilidades por que passa o cinema brasileiro podem fazer acreditar que, na década de 90, mais um ciclo se configurou. Diz o autor, “travado, o sistema - cuja dissolução precoce tanto preocupou Paulo Emílio - parece estar sempre em formação, porque condenado pela história maior a não se consolidar; e o tempo parece apenas mudar a forma, e também a força, dos obstáculos”.

Filmes como *Carlota Joaquina* (Carla Camuratti, 1995) e *Central do Brasil*, aproximam-se do público brasileiro. São filmes que, de alguma maneira, dialogam com a tradição cinematográfica nacional. *Carlota* o faz pelo viés da chanchada dos anos 1950. *Central do Brasil* adota calculadamente uma mistura inteligente de influências neo-realistas e cinemanovistas com uma linguagem de cinema narrativo clássico, sempre a partir de uma temática nacional.

Néstor García Canclini (1995) dedica parte de seus estudos sobre globalização à problemática do cinema na América Latina e defende que os governos latino-americanos definam uma política cultural, separadamente, para os campos das artes tradicionais (teatro, artes plásticas, música, literatura etc.) e dos meios de comunicação (cinema e TV) porque compreende que a sobrevivência das nações depende desse investimento maciço na cultura de grande público via os meios de comunicação contemporâneos, definida como a indústria do audiovisual e não mais separadamente como cinema e televisão.

O autor comenta essas tendências como parte de um projeto de “sobrevivência” do cinema enquanto indústria que precisa de mercado consumidor. Para Canclini (1995), diante de dificuldades econômicas em tempos recessivos surge uma necessidade de acentuar aspectos de “transnacionalização”, quando se reduz os aspectos nacionais e regionais em prol de um procedimento que tornará o produto filme “compreensível” por platéias diversas. Para o autor, a globalização traz crescentemente a idéia de um “cinema-mundo”, fortemente estruturado a partir de alta tecnologia audiovisual e ferramentas mercadológicas de promoção e publicidade dos filmes, o que permite que cineastas como Steven Spielberg e George Lucas produzam “narrativas espetaculares”, a partir de “mitos inteligíveis” para

amplos segmentos dos públicos espectadores, independentemente “de seu nível cultural, educacional, econômico, da história de seu país ou do regime político que vivem”.

1.6 O subcampo do cinema e o habitus narrativo no início do século XXI

A expressão do habitus narrativo, consagrado não apenas pelo cinema hollywoodiano, mas, exceção à regra, pelo subcampo do cinema, quase que indistintamente, é determinante no entendimento do filme como produto industrial e como bem cultural simbólico, cuja linguagem é compreendida com poucas variantes do código em todo o mundo, sobretudo o mundo ocidental. No caso do subcampo do cinema no Brasil, esse habitus narrativo foi periodicamente razão de lutas internas entre os agentes do subcampo, a partir da década de 1950, com a chanchada, filme de gênero comédia musical; nos anos 1960, com o cinema novo; nos anos 1970, com a pornochanchada; e, a partir da chamada Retomada do Cinema Brasileiro, em meados dos anos 1990, com os filmes de mercado da Globo Filmes.

A Globo Filmes é auto-apresentada como empresa “criada em 1998 com os objetivos de contribuir para o fortalecimento da indústria audiovisual brasileira e aumentar a sinergia entre o cinema e a TV. Desde a sua criação, a Globo Filmes tem participado de vários sucessos de bilheteria – como *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles, 2002), *Carandiru* (Hector Babenco, 2003), *Lisbela e o prisioneiro* (Guel Arraes, 2003), *Cazuza – O Tempo Não Pára* (Walter Carvalho, Sandra Werneck, 2004), *Olga* (Jayme Monjardim, 2004), *Dois Filhos de Francisco* (Breno Silveira, 2005), líder do ranking nacional após a “retomada do cinema brasileiro” e do ranking de bilheteria no Brasil em 2005, e o sucesso *Se Eu Fosse Você* (Daniel Filho, 2006). Todos superando os 3 milhões de espectadores.

Ao todo, a Globo Filmes participou da produção de mais de 70 filmes que alcançaram cerca de 70 milhões de espectadores nas salas de cinema, formou parcerias com mais de 40 produtores independentes...”³⁴. Chanchada, cinema novo, pornochanchada e Globo Filmes são ciclos do subcampo cinematográfico, que ora apontam para a adesão ao cinema

³⁴ Fonte: site <http://globofilmes.globo.com/> (acesso em 24 ago. 2009).

narrativo e o habitus gerado por ele e, por vezes, indicam uma ruptura do padrão hegemônico (no caso do cinema novo), conforme será abordado nos próximos capítulos.

A história do subcampo do cinema no Brasil mostra que, ao longo das décadas, os agenciamentos dos diversos grupos (os diretores das chanchadas, os cinemanovistas, os grupos da pornochanchada paulista, da pornochanchada carioca, os cineastas do *udigrúdi* nacional, os diretores patrocinados pela Embrafilme etc.) objetivavam ocupar posições dentro deste espaço social do subcampo do cinema fazendo valer uma estética e um modo de produzir filmes que, na maioria das vezes, se antagonizavam. No entanto, o objetivo era quase sempre comum a todos os grupos: reivindicar visibilidade a partir de um discurso ideológico (qualquer que seja: político, econômico, cultural) e, com isto, ocupar posições de destaque e de relevância.

Está claro que tantos ciclos que se desenvolveram no interior do subcampo do cinema nacional permitem e possibilitam, inclusive, influências estéticas mútuas, pelo menos a partir dos anos 1980, que preparam o terreno para uma queda e o quase desaparecimento da produção nacional. Quando da retomada, em 1995, compreendeu-se entre os agentes a necessidade de que o cinema nacional contemporâneo se aproprie de influências e contribuições de qualquer um dos ciclos existentes anteriormente, optando por apresentar na atual produção de filmes uma diversidade de gêneros e tendências, ainda que a possibilidade de mistura estética acomode os aspectos mais relevantes do habitus narrativo da produção, como uma espécie de regra quase geral no interior do subcampo.

2 A estrutura do subcampo do cinema no Brasil

2.1 A tradição não-industrial

O cinema é atividade altamente complexa, pois diz respeito a etapas distintas de produção, distribuição e exibição, cujas variáveis se modificam entre uma e outra etapa. Além de expressão artística, o cinema é atividade econômica de lazer e entretenimento. Depende do público para sobreviver enquanto indústria. A não-continuidade no mercado da distribuição dessa produção não traz o hábito da aproximação, condição e pré-requisito para estabelecer uma identificação de um povo com o seu cinema. O subcampo do cinema no Brasil, no que diz respeito ao sistema de produção, distribuição e exibição do filme nacional, apresenta razoável nível de regulação, permitindo a existência de estruturas estatais de fomento e controle, materializados por dispositivos legais variados. A partir de Pierre Bourdieu, é possível afirmar que o Estado no Brasil exerce um papel fundamental na sistematização e agenciamento do subcampo.

Os ciclos de produção pelos quais tradicionalmente o cinema do Brasil atravessa é o grande entrave no processo de estabilização de um habitus receptivo em relação ao cinema nacional. A base para a transformação disso está na alteração do sistema de distribuição e exibição dos filmes nacionais e dos filmes estrangeiros. O atual sistema ainda permite o beneficiamento do produto hollywoodiano. O desafio, para os agentes da produção, é pensar numa forma razoável que permita o advento de uma indústria audiovisual no Brasil sem que isso prejudique o direito do espectador de assistir ao filme estrangeiro.

Embora a produção nacional cresça anualmente, os agentes da produção nacional avaliam que há pouco progresso na questão da distribuição e exibição dos títulos nacionais. E isso não se deve apenas à maciça ocupação de filmes norte-americanos nas salas de cinema do país, mas também à distribuição monopolizada, às cadeias de exibição serem, na grande maioria, de grupos multinacionais, e ao reduzido número de cinemas em relação à população do país (ver anexos). A tese defendida pelos agentes do subcampo é a de que não

adianta apenas investir na produção e deixar de lado os pólos da distribuição e exibição, havendo necessidade de novos investimentos nessas etapas.

Em termos da produção contemporânea, os filmes nacionais alcançaram maturidade narrativa e de linguagem e também qualidade técnica, no que diz respeito ao trato da imagem e som, alçando-se ao nível da produção globalizada internacionalmente, se observados (os filmes) sob a perspectiva do cinema narrativo de excelência. Os roteiros, antes considerados deficientes, estão mais adequados ao meio e à linguagem do cinema, com a profissionalização crescente de toda uma geração de roteiristas: João Emanuel Carneiro, Marco Bernstein, Victor Navas, Fernando Bonassi, entre outros, fazendo crescer um grupo antes bem reduzido que incluía uns poucos como Leopoldo Serran e Doc Comparato.

Sob o ponto de vista de sua recepção geral, o cinema brasileiro possui uma característica singular. Guardadas as devidas proporções, é um cinema que costuma ser melhor apreciado em festivais de cinema internacionais do que em seu próprio mercado interno. Se, por um lado, constitui-se uma característica positiva, afinal os festivais são, por princípio, uma abertura para a divulgação dos filmes; por outro lado, tem-se a impressão que essa bem-sucedida carreira em festivais internacionais não sensibiliza ou não repercute nos espectadores, que se constitui na maioria de um público médio. Assim, como existem mostras e festivais espalhados pelo mundo afora durante toda a temporada de um ano cronológico, o cinema brasileiro costuma se fazer presente e, não raramente, premiado em alguns desses.

Além do número reduzido de salas, o mercado brasileiro recebe um grande número de produções estrangeiras, notadamente filmes produzidos em Hollywood. Os agentes de produção do subcampo do cinema consideram uma concorrência desigual com o produto nacional. Para eles, não se trata de adotar uma postura protecionista e xenófoba, algo que em tempos de globalização, é seguramente tido como uma espécie de fundamentalismo cultural e mercadológico. Esses agentes consideram urgente a adoção de uma política pública para o cinema que possibilite o incentivo e o fomento para a criação de novos

espaços destinados à exibição de filmes, em geral, e de filmes brasileiros, em particular. Seria possível ao Estado desenvolver mecanismos de incentivo para que a iniciativa privada construa espaços destinados à exibição da produção nacional.

No Brasil, há algumas produções com orçamentos de US\$ 6 a 8 milhões. Se, para a indústria hollywoodiana, são valores insípidos, tais cifras são muito altas para a realidade nacional. É muito dinheiro concentrado em uma produção, que, na maioria das vezes, será pouco assistida. Numa estimativa do campo, produtores e diretores argumentam que, no máximo, uma produção brasileira deveria custar US\$ 2 milhões, teto este já considerado alto para o mercado da produção nacional. Há produções pequenas e médias com orçamentos que variam de US\$ 60 mil a 300 mil.

Esta produção de baixo orçamento necessita de novos espaços de exibição. Espaços que sejam diferenciados do padrão das multi-salas dos grandes centros comerciais. O acesso de filmes brasileiros de baixo orçamento às salas de exibição é extremamente restrito, normalmente às salas do circuito alternativo, que são em número reduzido, ficando com horários igualmente alternativos ou até mesmo em único final de semana. Uma potencial flexibilização do habitus da recepção do espectador brasileiro com relação ao consumo do produto nacional passa por essa parceria do público-privado na formatação desses novos espaços de exibição, questão ainda em aberto.

Sabe-se que há enorme carência na periferia das grandes cidades brasileiras com relação aos espaços de exibição de filmes, ou seja, há grande demanda de um público que sequer tem o costume de ir ao cinema, como prática de lazer cultural. Há abertura de novas salas, mas isso acontece majoritariamente nas zonas residenciais das classes médias. O mercado de exibição e consumo se situa basicamente em bairros de classe média, que conseqüentemente exclui o público das periferias dos grandes centros. Os moradores da periferia não têm acesso a tal consumo cultural não apenas porque não existem cinemas em seus bairros, mas porque o ingresso das salas de bairros de classe média é alto, bem como o transporte e o eventual consumo de alimentação que acompanha o consumo cultural.

Para um agente de classe média, assistir a um filme no shopping, no final de semana, não sai por menos de R\$ 30,00 / R\$ 35,00. Tal valor é impraticável para quem mora na periferia. Além disso, há a exclusão simbólica, subjetiva, de não freqüentar o espaço do *shopping center* porque o agente da periferia se sente socialmente deslocado e excluído. Salas mais baratas e preços acessíveis podem ser a articulação que poderá permitir a inclusão de parcelas da população socialmente excluídas do lazer cultural que o cinema proporciona, dizem os agentes da produção.

No Brasil, o cinema é prática espectral restrita às classes médias, embora grande parte dos filmes nacionais centre suas narrativas em universos de sertão, favela e periferia, os agentes oriundos desses microcosmos não têm o cinema como parte de suas práticas cotidianas. Se considerarmos os espaços alternativos de exibição públicos ou privados, os chamados “cinemas de arte”, a parcela de espectadores de cinema ainda é mais reduzida numericamente e socialmente restrita. Os próximos capítulos abordam os aspectos mais elitistas e distintivos do universo espectral em tais espaços sociais.

2.2 As lutas simbólicas no subcampo do cinema brasileiro contemporâneo

Orientado pela lógica da indústria cultural predominantemente ou hegemonicamente, que se configura e se traduz pela existência do sistema industrial-comercial de circulação de bens culturais audiovisuais voltados para o mercado. Trata-se de uma indústria cinematográfica, ou melhor, audiovisual, com três vetores bem definidos, o da produção, da distribuição, e da exibição. Paralelo a esse último pode-se perceber a existência de um quarto elemento, que é o consumo. Apesar de ser um subcampo orientado pela lógica da indústria cultural, uma outra co-existe com essa, a saber, aquela que segue os cânones do que o campo artístico considera como de qualidade artisticamente superior, e isso inclui obras, artistas (cineastas) e escolas estéticas específicos. Essa segunda lógica está identificada como não propriamente voltada para o mercado.

Em função disso, indica-se a existência no subcampo do cinema de uma luta entre essas duas tendências, onde, no que se refere à esfera comercial, é logicamente vencedora a

primeira, havendo pouco espaço de exibição para a segunda. A primeira é voltada para os grandes públicos, sendo isso um objetivo. A segunda lógica não busca a adesão dos espectadores, necessariamente. É uma opção estética e pode ser desejo de seus produtores que os grandes públicos não os vejam porque estes podem supor que o público não os entenda. Então, a luta, no caso, se situa na esfera daquilo que poderia se entender como “o que o cinema deveria ser”.

A primeira luta

A regra geral, que admite exceções, determina que a lógica da indústria cultural no subcampo do cinema situado historicamente, o cinema narrativo hollywoodiano como um padrão hegemônico a ser seguido, por um lado; e a ser combatido, por outro. Bem entendido, o cinema narrativo hollywoodiano e não o cinema norte-americano em sentido amplo. Há uma distinção entre um e outro.

Entenda-se como “hollywoodiano” aquele cinema produzido em Los Angeles que se encontra situado no cerne das estruturas de produção, distribuição e exibição audiovisual. São aqueles filmes percebidos pelas diversas categorias de agentes do subcampo como produtos de consumo, aí incluídos os espectadores. Hollywood é o centro do cinema norte-americano, mas não é todo o cinema norte-americano. Nos EUA, há tendências não-hollywoodianas, nitidamente minoritárias, e que também se mantêm, no subcampo, em estado de luta com o cinema industrial hollywoodiano.

Cinema independente é a expressão utilizada, no subcampo do cinema, para designar aqueles filmes desvinculados do sistema de grandes estúdios, seja no pólo da produção quanto na distribuição e exibição. Em consequência, é também sinônimo de baixo orçamento. Eventualmente, alguns desses filmes conseguem alcançar números de bilheteria que, quase sempre, são restritos a filmes pertencentes a grandes estúdios, por serem capazes de mobilizar investimentos em distribuição e divulgação.

Ocorre que a ocupação majoritária do mercado exibidor internacional de cinema, no Ocidente, é realizada pelo cinema de grande orçamento produzido em Hollywood. Ou seja, em um universo bastante extenso e até heterogêneo no que diz respeito à narrativa

cinematográfica e aos custos de produção, é o produto norte-americano de grande orçamento de produção e distribuição que consegue a melhor e maior ocupação no mercado, gerando pouco espaço de exibição para filmes norte-americanos de produção independente, para as produções brasileiras, européias e latino-americanas, que quase sempre não conseguem exibição comercial de grande circuito.

O cineasta Walter Salles, diretor do filme *Central do Brasil*, estabelece distinções entre os dois tipos de cinema – o chamado filme comercial hollywoodiano e o filme independente e alternativo:

O panorama do cinema independente é preocupante. Quando o filme do James Gray, a comédia romântica *Two Lovers*, os dois filmes do [Steven] Soderbergh sobre [Che] Guevara e estréia na direção de Charlie Kauffman [*Synecdoche, New York*] não encontram distribuição nos Estados Unidos, o sinal vermelho acende. É um lado da questão. É necessário entender que essa crise não atinge só um país, mas atravessa fronteiras. Resta saber se é momentânea ou se vai aprofundar nos próximos anos. Tenho uma posição pessoal em relação a isso. A grande pergunta é: para que o cinema é necessário? Se você parte do pressuposto que o cinema é, antes de tudo, um instrumento de conhecimento do outro e uma ferramenta que possibilita a existência de uma memória coletiva. Então, chega à conclusão que a quantidade de público não pode ser a referência pela qual se julga um filme. A questão do primeiro fim de semana é irrelevante no que diz respeito a filmes que estão aí para falar e oferecer o reflexo de um país e de uma realidade num dado momento de sua história. Então, parte da situação que a gente está vivendo é determinada pela aceitação dos padrões norte-americanos de aferição do que é um sucesso cinematográfico ou não. (GIANNINI, 2008).

Na mesma direção caminha o pensamento de tantos outros cineastas de carreira não-hollywoodiana, a exemplo de Wim Wenders, diretor de *Paris, Texas* (1984) e *Asas do desejo* (1987). Segundo notícia publicada no jornal Folha de S. Paulo (2008), sobre palestra proferida pelo diretor alemão na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), em Porto Alegre, diante de 1.300 pessoas, Wenders “fez a defesa” de:

um cinema "com forte sentimento de pertencimento local", saído de culturas específicas, distinto de uma produção hegemônica que narra histórias "que poderiam acontecer em qualquer lugar", filmados em um mundo sem identidade, "diante de uma tela azul"... (...) ... "Esse tipo de produção internacional anônima me entedia à morte". (CARIELLO, 2008).

É uma luta clássica no interior do subcampo: o cinema comercial contra o cinema da alternativa estética. Assim como o cinema novo discriminou Anselmo Duarte, no início dos anos 1960, o francês Claude Lelouch, diretor do clássico francês *Um homem, uma mulher* (1966), filme de forte repercussão junto aos espectadores na década de 1960, sustentou, quando esteve no Brasil por ocasião do Amazonas Film Festival, essa distinção presente no subcampo, e da qual ele próprio foi vítima.

Mas Lelouch nunca fez um filme admirado por críticos. Salvo raras exceções, e o recente *Crimes de Autor* está entre elas, seus trabalhos faziam ou não sucesso com o público, mas invariavelmente recebiam pedradas da imprensa especializada. Como a turma da *Nouvelle Vague* era e continua sendo uma espécie de farol para os críticos, natural que ele deixe claro que luta em outra frente: "é bom estar em guerra com a crítica". Sobre a *Nouvelle Vague*, encerrou o assunto de maneira contundente: "Foi bom porque eles ensinaram como não se fazer filmes". E acrescentou, batendo ainda mais no cadáver: "Hoje em dia, ninguém mais lê a *Cahiers du Cinema*", referindo-se à revista que abrigava os críticos que deflagrariam o movimento fazendo filmes nos anos seguintes aos seus primeiros escritos nas páginas da revista. (ALPENDRE, 2008).

A segunda luta

No subcampo do cinema há outros embates, para além da disputa – estética e não mercadológica - do cinema não propriamente voltado para o mercado contra o cinema narrativo hollywoodiano. Uma dessas disputas situa, em um pólo, o cinema produzido fora dos EUA, ou seja, os cinemas europeus, os cinemas latino-americanos, os cinemas asiáticos, os cinemas africanos contra o cinema industrial produzido em Hollywood, em pólo oposto.

Ao contrário da primeira luta, essa segunda luta não é exatamente estética e sim primordialmente mercadológica, com o objetivo de tentar conquistar espaços juntamente aos agentes espectadores dentro de seus mercados internos. Em outras palavras, os agentes produtores de cinema da Europa, América Latina (o cinema brasileiro incluído), Ásia, África buscam que seus produtos sejam reconhecidos e recebem adesão dos espectadores locais. Os mercados de cinema nessas regiões são, com algumas exceções, majoritariamente ocupados pelo cinema hollywoodiano³⁵.

³⁵ As exceções são Índia e Irã. (ver Anexos).

Nessa segunda luta é possível ainda incluir no pólo minoritário os cinemas da Inglaterra, Austrália e Nova Zelândia, posto que também possuem seus mercados ocupados pelo cinema hollywoodiano. A única ressalva a ser feita, nesse caso, é que a língua que se fala nesses países é o inglês, tornando seus cinemas nacionais algo mais próximo do cinema hollywoodiano, e, por extensão, mais possivelmente identificados pelo grande público como cinema norte-americano, uma vez que se trata de produções faladas em inglês. Estabelece-se, então, o confronto da exibição comercial das produções brasileiras contra a produção estrangeira, notadamente norte-americana, no mercado interno (nacional).

Walter Salles, que já dirigiu filme nos EUA, retorna à questão do cinema independente e alternativo, que, segundo ele, deve ser considerado de forma diferenciada no universo do cinema, sobretudo quando se coloca o cinema hollywoodiano como parâmetro:

O fato de que o filme do Alain Resnais, "Medos Públicos em Lugares Privados", esteja há mais de um ano em cartaz no Brasil, e o fato do filme da Julie Gavras, "A Culpa É do Fidel", esteja se aproximando dessa marca, são uma prova viva que a cinefilia brasileira e o interesse por filmes que respeitam a inteligência do espectador não morreram. Provam que há um espaço de resistência e sobrevivência para esse tipo de cinema, desde que os filmes dêem ao público o que ele está esperando. O espaço para esse tipo de cinema não morreu. Passa a impressão que tem um problema estrutural grave à frente. Tenho várias suposições sobre o porquê está acontecendo e o que precisaria ser feito para modificar o estado de coisas, mas entraríamos na terra de como salvar o cinema brasileiro, o que não parece ser o caso dessa entrevista. (GIANNINI, 2008).

Presente ao 13º Cine PE - Festival Audiovisual do Recife, em 2009, o cineasta Greco-francês Costa-Gavras, diretor do clássico *Z* (1969) e de *Desaparecido – um grande mistério* (1982), este realizado por estúdio norte-americano, foi entrevistado pela Folha de S. Paulo (2009). Diretor de filmes abertamente políticos e engajados ideologicamente, o diretor relativiza o papel do cinema como veículo político-ideológico ao assumir que se trata de um “espetáculo”:

É preciso guardar certas liberdades para o cinema. Cinema é espetáculo. Ninguém vai ver um filme como quem vai ter uma aula na universidade ou ouvir um discurso num comício político. As pessoas vão para amar, odiar, chorar etc., sentimentos importantes que definem a nossa vida. Eu venho dessa tradição do cinema em que se falava dos seres humanos de um modo espetacular. De uma escola de grandes filmes que podiam ser ao mesmo tempo populares. Como “O Encouraçado Potemkin” [1925,

dirigido por Sergei Eisenstein], que exige cultura política, porque é um filme que trata de homens frente a uma situação difícil. Bertolt Brecht fez um teatro que fala de política, mas que também trata de sentimentos. (GUIBÚ, 2009).

A terceira luta

No entanto, há também no interior do subcampo do cinema, lutas internas entre os agentes locais do segmento da produção audiovisual, pelo acesso à distribuição de incentivos fiscais, por meio de leis específicas, que possibilitam o incremento da produção nacional, e em ultima análise permite existir um embrião de indústria cinematográfica no Brasil.

As grandes empresas estatais brasileiras, como a Petrobras, e instituições de fomento e desenvolvimento, como o BNDES, respondem por grande parte dos recursos destinados à produção. Como se trata de concorrência, é comum essas empresas privilegiarem artistas e projetos de produção situados no eixo Rio - São Paulo, porque, segundo o julgamento da empresa, possibilitam melhor retorno para as suas marcas em publicidade e promoção.

Há ainda, os recursos oriundos de leis estaduais de incentivo, que deveriam possibilitar um deslocamento de recursos do eixo RJ / SP, para outros estados, mas que, ao final, termina sendo problemático porque esses estados avaliam que a produção situada no Rio e São Paulo costuma trazer mais promoção para os estados periféricos, sobretudo no que diz respeito ao turismo.

Um exemplo hipotético é o do diretor-produtor local, que deseja realizar filme passado em um estado do Nordeste, com enredo ambientado no Nordeste, com grande parte de atores e técnicos locais, mas que é preterido em favor de um diretor de renome nacional, funcionário de uma grande empresa de televisão, que filmará história também ambientada no Nordeste, com nomes televisivos no elenco, termina por conseguir recursos desse estado mais facilmente. É o que reclama o cineasta pernambucano Cláudio Assis, inclusive com relação a financiamento para a distribuição do filme:

O cinema brasileiro perdeu muito. Virou cinema de pintar porcelana. O Nordeste que aparece na tela é aquele cacoete, os caras banalizam a nossa cultura, banalizam tudo. Um negócio terrível. Os cineastas hoje ou fazem cinema por culpa, para resolver seus problemas pessoais, psicológicos, ou

então, simplesmente, porque têm dinheiro. Cinema é uma arte burguesa. Muitos fazem cinema sem compromisso com nada, por puro diletantismo. Muitos também não têm compromisso com as próprias idéias, fazem testes para saber se a montagem do filme está correta, mudam o filme em função disso. Quando é que eu vou fazer um filme desse jeito? Você tem que fazer um filme em que você acredite. Se você se respeitar, você vai encontrar mil pessoas que vão gostar de você... Outro problema são essas *majors* poderem investir aqui o imposto que elas pagariam por remessa de lucros. Elas só aplicam em filmes da Globo Filmes ou similares. Não sou contra filme caro, sou contra filme caro com dinheiro público. Acho que deveria haver um teto. Em torno de R\$ 3 milhões, R\$ 4 milhões. (STYCER, 2007).

Sobre o sistema de distribuição dos filmes, o cineasta é igualmente crítico:

Precisaríamos ter um bom sistema de distribuição de filmes. “Baixio” passou uma semana no Largo do Machado (no Rio) e saiu. Porque o “Homem-Aranha” precisa de mais salas e está chegando o “Shrek”. Um filme entra com 700 cópias. É um massacre. A falta de público dos filmes brasileiros não é culpa dos filmes, não. Isso quando você consegue lançar. Não é todo mundo que consegue. (STYCER, 2007).

Identificam-se, no discurso de Cláudio Assis, algumas lutas no interior do subcampo:

- Produção cinematográfica do Sudeste *versus* Nordeste e outras regiões;
- Cinema de maiores recursos orçamentários contra cinema não-comercial;
- Lutas entre agentes criadores do subcampo de capitais simbólicos distintos: arte contra comércio; que representam correntes estéticas opostas, como o filme de características mais narrativas *versus* o filme de aspectos mais experimentais;
- Produtores / criadores de visibilidade nacional contra agentes produtores / criadores de reconhecimento local.

Lutas que são confirmadas, involuntariamente, por Walter Salles, que considera a distinção – cinema brasileiro comercial e cinema brasileiro independente:

Eu, por exemplo, adorei o ultimo filme do Beto Brant, “Cão Sem dono”, que fez 20 mil espectadores. Isso pode ser pouco, mas acho que o filme em si supera qualquer possibilidade de quantificação matemática. É preciso transcender essas categorias mesquinhas e ver qual é o legado de um filme. Essa é a grande questão: Qual é o legado de um filme, de uma cinematografia? Pra que ela existe? No Brasil, diria que, se há um cinema que está em crise, é o cinema comercial feito aqui. Não é o cinema de autor que o Beto Brant representa. Há uma necessidade de redirecionar

esse debate que parece estar sendo travado à luz de instrumentos que vêm de fora pra dentro. Há também os exemplos que trazem otimismo. (GIANNINI, 2008).

Cineasta com capital simbólico distinto, o diretor de cinema e televisão Daniel Filho, responsável por alguns dos maiores sucessos de bilheteria do cinema brasileiro contemporâneo, e a propósito da repercussão junto ao público do filme por ele dirigido, *Se eu fosse você 2*, fez considerações sobre o cinema nacional em entrevista ao jornal Folha de S. Paulo, defendendo o cinema comercial e não poupando críticas a colegas cineastas. Para Daniel Filho, o público espectador quer assistir a “filme bem realizado, que diverte, que te completa. E não é só comédia. Se olharmos as dez maiores bilheterias do cinema nacional em dez anos, vamos ver que existe uma variedade de assuntos. Tem duas biografias, *2 Filhos de Francisco* e *Cazuza*; temos *Cidade de Deus* e *Carandiru*”.

Se Eu Fosse Você 2 é um cinema de entretenimento, algo que eu sempre defendi e defendo. As grandes bilheterias do mundo são ocupadas por entretenimento popular. Até *2 Filhos de Francisco*, um melodrama, não deixa de ser apoiado em dois astros sertanejos que falam da vida deles e cantam suas músicas de sucesso. Então fica a indagação para nós, que fazemos cinema: o que o público quer ver? Como a gente faz para tirar alguém de casa para ver filme nacional?... (...) ... Eu vejo muitos diretores fazendo filmes e correndo para ver se pegam o festival de Cannes, o de Berlim. “Ah, eu vou pro [festival de] Sundance, eu vou pra não sei o quê”. É uma preocupação muito grande com o exterior. E eu sou o camarada que acredita no ditado: agrade a sua vila que você vai agradar ao mundo. Você tem que agradar aqui, no Brasil. O público quer ver esse filme? Ou é você que quer fazer esse filme? Queremos ser todos Godard e Glauber Rocha? A crítica aplaude esses filmes meio malditos, que têm pouco público. É uma dicotomia entre o que a crítica pensa e o que o público quer ver. (BÉRGAMO, 2009).

2.3 Quem são os agentes do subcampo

A aplicação rigorosa do conceito de campo de Bourdieu ao universo do cinema restringe a composição dos grupos de agentes, que é organizado, segundo a realidade brasileira, da seguinte maneira:

Os agentes do subcampo no pólo da produção da obra audiovisual

Agentes criativos ou criadores da obra audiovisual (diretores ou cineastas): na tradição de cinema de autor, lançada pelo cinema francês na década de 1960, o diretor é o agente do subcampo que goza de maior prestígio no que concerne à produção de um filme. É ele quem dá vida a uma ação que somente estava descrita em folhas de papel pelo roteirista. Cabe ao diretor encenar o que está ali descrito, tornando-o uma espécie de coordenador geral e definidor de diretrizes em outros aspectos da produção de um filme, visando com que a obra tenha unidade. Assim, cabe ao diretor orientar a direção de fotografia, a direção de arte, o figurino, a montagem, a trilha musical, o som, embora haja profissionais que cuidem diretamente desses setores, mas que estão subordinados ao diretor. Na tradição do cinema clássico dos EUA, a função do diretor era diminuída em relação ao produtor, pois este trazia para si algumas das responsabilidades que atualmente são do diretor. Cabe ainda a este o trato direto com os atores, uma vez que o *casting* (adequação do ator a determinado papel) é realizado segundo a perspectiva que o diretor tem sobre os personagens. Há diretores que permitem mais criatividade por parte dos atores e outros, não.

Agentes criativos ou criadores da obra audiovisual (roteiristas): cabe ao roteirista o início do processo. É uma etapa da pré-produção de um filme. Muitas vezes, quando o roteiro é original (ou seja, escrito diretamente para o cinema), é apenas um projeto do roteirista, que um dia ele pretende vender ao produtor ou ao diretor. Mas, também, ele pode trabalhar sob encomenda. E isso se torna mais comum quando o roteiro que escreve é uma adaptação de obra já existente na literatura, no teatro, na televisão, no jornalismo impresso, pois o roteirista também trabalha como adaptador, ou seja, aquele profissional responsável por transpor para uma linguagem audiovisual algo que foi descrito em outra linguagem. No entanto, o roteiro não é uma peça intocável, podendo ser alterado de acordo com as conveniências do diretor ou produtor que comprou os direitos do roteiro. E mesmo que o diretor resolva filmar na íntegra aquilo que está descrito nas páginas do roteiro, ainda é possível haver uma alteração na mesa de montagem. Como se sabe, um roteiro de duas horas pode render muitas horas de filmagem, que serão editadas exatamente na mesa de montagem, sendo possível nesse momento a retirada de seqüências descritas originalmente no roteiro.

Agentes criativos ou criadores da obra audiovisual (atores): são os profissionais da representação que dão vida àqueles personagens descritos no roteiro. Os atores são peças fundamentais no cinema narrativo, sem os quais, não haveria cinema, tal como conhecemos atualmente. Grande parte da magia do cinema está associado aos ícones e mitos que o cinema criou.

Agentes criativos ou criadores da obra audiovisual (agentes técnicos especializados por áreas): os principais setores técnicos do filme são: **fotografia:** iluminação, ou seja, a luz que incide sobre os objetos a serem filmados; e os planos e enquadramentos, ou como esses objetos serão visualizados pelo espectador, a que distância, em que angulação, se em planos abertos (plano geral), médios (plano americano) ou planos fechados (primeiro plano, close, detalhe); **montagem:** é o corte, a ordenação e o seqüenciamento, que possibilitarão dar ritmo ao filme (se mais lento ou mais rápido, mais fragmentado) e, sobretudo, o sentido e o significado desejado pelo diretor ao seu filme; **som** (inclui o som direto dos diálogos dos atores e o som ambiente, o som da edição de efeitos sonoros, e a trilha musical que pode ser composta por um músico ou uma compilação de canções já produzidas); **desenho de produção, direção de arte e o desenho de interiores:** são aspectos dos cenários naturais ou de estúdio que reproduzem a época na qual o enredo do filme está contado, vai desde o *story board* (desenho das sequências a serem filmadas) até os objetos de cena contidos nos cenários, passando por cenários que recriam épocas e lugares temporalmente situados, e isso inclui a reprodução em estúdio de cidades e ambientes naturais, inclusive; **figurinos e maquiagem:** diz respeito à caracterização dos atores que representam personagens temporal e geograficamente situados.

Agentes executivos da produção (na esfera privada): são aqueles agentes que se constituem como produtores com empresas privadas, que atuam como captadores de recursos em empresas públicas e privadas, com base nas leis de incentivo à cultura e ao audiovisual. São produtores de cinema em sentido estrito. Apresentam projetos que serão apreciados pelos executivos de empresas públicas e de economia mista, bem como projetos que participarão de concorrências públicas para fundos de cultura. Lidam com orçamentos e financiamentos, mas são especialistas no ramo da produção audiovisual. Nos créditos dos

filmes seus nomes aparecem como “produtores”, apenas, ou como “produtores executivos”, “produtores associados” e outras derivações.

Os agentes do subcampo no pólo da distribuição da obra audiovisual

Agentes de distribuição em grande circuito: a característica do cinema como indústria cultural é baseada em um tripé clássico: produção - distribuição - exibição. Atuam como distribuidoras empresas que se encarregam de comprar os filmes produzidos por produtoras *majors* ou independentes e distribuí-los pelos diversos mercados nacionais e internacionais. De um modo geral, a perspectiva dos agentes especializados na área é a de adquirir produtos comercialmente viáveis no mercado interno e externo, com baixo grau de risco na bilheteria, ou seja, são filmes com grande potencial de arrecadação na exibição. Há agentes distribuidores para quase todo tipo de filme, mas se destacam aqueles que operam dentro de um circuito mais amplo, que contempla filmes com determinado perfil comercial: basicamente oriundos da indústria cinematográfica dos EUA, falados em inglês e com atores reconhecidos internacionalmente. As chamadas *majors* norte-americanas, cada vez mais multinacionais, dominam o mercado cinematográfico, sendo fundamental seu papel de manutenção de um tipo de cinema industrial - comercial, a ser destinado ao grande público, distribuindo filmes com centenas e milhares de cópias, dependendo do perfil de filme. No cinema contemporâneo, nada impede que uma *major* abra uma divisão clássica para tratar de filmes fora do mercado hollywoodiano, mas com potencial de bilheteria. São raros os casos, mas existem.

Agentes de distribuição em circuitos restritos e alternativos (independentes): já os agentes distribuidores independentes se colocam no mercado de uma forma alternativa, ou seja, exploram produtos audiovisuais não contemplados pelas *majors* internacionais. De um modo geral, essas empresas distribuidoras são de menor porte e conseqüente reduzido poder para colocar seus produtos no mercado internacional de cinema. Assim, filmes não norte-americanos, e mais precisamente europeus, são os contemplados pelas distribuidoras alternativas, médias e de pequeno porte. Como grande parte do mercado é ocupado pelas *majors* internacionais que distribuem o típico produto a ser exibido em grandes

conglomerados de cinema em centros comerciais, resta às pequenas e médias distribuidoras a exibição de seus produtos em salas alternativas. No Brasil, a Globo Filmes é distribuidora considerada de grande porte, embora seja de pouco fôlego se comparada com as *majors*. Curiosamente, a Globo Filmes exerce no mercado interno brasileiro, relativamente, o mesmo papel que as *majors* ocupam no mercado internacional. Ou seja, a Globo Filmes, como empresa distribuidora, interessa-se em comercializar filmes com maior perfil comercial e apelo ao grande público, o que de fato acontece, a partir do final dos anos 1990 e principalmente no início do século XXI.

Os agentes do subcampo no pólo da exibição da obra audiovisual

Agentes de Exibição em grande circuito: os agentes exibidores são a ponta do processo industrial – comercial do subcampo do cinema. Se os distribuidores têm preocupações mercadológicas, as grandes cadeias de exibição (Luis Severiano Ribeiro, por exemplo), muito mais, exatamente porque se situam na ponta do processo. A manutenção de salas comerciais é investimento caro, sendo absolutamente urgente para os agentes exibidores exibir filmes que agradem ao público de cinema, sob pena de inviabilizar o seu negócio.

As cadeias compram filmes em pacotes das distribuidoras, mas situam em sua programação apenas filmes de maior potencial comercial, notadamente filmes hollywoodianos e com forte apelo mercadológico de marketing e publicidade. Deixam para as exibições isoladas, chamadas equivocadamente de sessão de arte filmes de menor alcance comercial, que foram adquiridos nos pacotes, cujo interesse maior se situa nos *blockbusters* da temporada.

A “sessão de arte” é uma forma de dar escoamento a esses filmes adquiridos nos pacotes e que de um modo geral são produções menos ambiciosas comercialmente, embora muitas vezes retenham algum interesse do público restrito interessado em um cinema intelectualmente mais elaborado. De um modo geral, os filmes brasileiros exibidos em grande circuito são aqueles que têm distribuição nacional chancelada pela Globo Filmes, o que define um novo padrão de distinção entre os agentes do subcampo.

Dessa forma, pode-se considerar que os espaços de exibição pública pertencentes a complexos de multi-salas de centros comerciais são espaços hegemônicos de exibição porque concentram um maior número de espectadores, ao mesmo tempo em que concentra em sua programação filmes estreitamente vinculados à indústria cultural hegemônica, no qual o tripé da produção – distribuição - exibição é visto como uma estrutura que alinha o processo industrial e comercial do cinema, da sua nascente até o consumo final. Assim, a lógica predominante no que tange à linguagem e à narrativa dos filmes ali exibidos é a do filme narrativo clássico, dos mais variados gêneros cinematográficos, marcados com claras preocupações mercadológicas.

Agentes de Exibição em circuitos restritos e alternativos (independentes): de um modo geral entende-se como alternativos e independentes os espaços de exibição cinematográfica desvinculados às grandes cadeias de exibição. Podem ser privados, mas especialmente na atual conjuntura do subcampo do cinema no Brasil são salas vinculadas a organismos do Estado, como institutos e fundações públicas (no Recife, o Cinema da Fundação Joaquim Nabuco), bem como empresas de sociedade de economia mistas (como o Centro Cultural do Banco do Brasil, em algumas das principais capitais de estados do Brasil) que apresentam uma preocupação maior em oferecer ao público, programação de cinema que seja diferenciada do tradicional, proposto por grandes cadeias de exibição, cujas salas se situam nos complexos de salas múltiplas do *shopping center*.

Há também, institutos, e fundações privadas, assim como empresas privadas, que incentivadas por legislação abrem salas de exibição, sobretudo nas grandes cidades (Unibanco, por exemplo). Ou, mais raro ainda, empresas de cinema, com perfil mais alternativo (no Recife, os cinemas do Shopping Rosa e Silva). Essas salas de exibição alternativas costumam adquirir filmes das distribuidoras médias e pequenas do mercado cinematográfico. Daí, seria essa a única oportunidade de o público de cinema no Brasil conhecer produções européias, asiáticas e africanas, que não costumam ser exibidas em grandes cadeias de salas de cinema. No caso dos filmes brasileiros não distribuídos pela Globo Filmes, é praticamente esta a única possibilidade de acesso ao público. Uma nova distinção aqui se opera.

Por isso, os espaços alternativos de exibição cinematográfica privilegiam filmes que não encontram espaço nas grandes cadeias de exibição comercial. Como a grande maioria dos filmes exibidos nas multi-salas dos *shoppings* são oriundos da indústria cinematográfica norte-americana, que possui alto percentual de ocupação dessas salas, resta aos espaços alternativos privilegiar a produção não-hollywoodiana, permitindo que o público de cinema conheça obras que estejam situadas fora da “geografia” hollywoodiana, mas também escolas estéticas de outras tradições. Embora, em boa parte do mundo contemporâneo, até mesmo a produção de cinema que se situa fora do contexto norte-americano, seja uma produção crescentemente de aspecto narrativo assemelhado ao produto de Hollywood. De qualquer forma, cabe aos espaços alternativos a missão de possibilitar oferta distinta da proposta hegemônica.

Sob a ótica do espectador, a co-existência de dois universos de exibição cinematográfica contempla a possibilidade de opção e escolha, posto que o filme mais convencional certamente vá ser encontrado nos multiplexes, enquanto o filme menos convencional pode ser visto nos espaços alternativos. Há então uma mobilidade da ação espetatorial entre esses espaços.

2.4 Os agentes no pólo do consumo e da espetatorialidade da obra audiovisual

Agentes espectadores: o universo dos espectadores de cinema é, contemporaneamente, bastante amplo, se for considerado o contexto histórico ao longo do século de existência do cinema. Até o início dos anos 1950, eram as salas de exibição pública os únicos espaços possíveis para que os espectadores travassem contato com os filmes. Com o desenvolvimento da televisão (que surge nos anos 1930 nos EUA e em 1950 no Brasil), os filmes poderiam ser revistos na tela pequena, representando a primeira grande mudança na espetatorialidade (a condição de espectador).

No entanto, até os anos 1970 e início da década de 1980, os filmes custavam a ser exibidos na TV, quase sempre alguns anos. Os anos 1980 fizeram surgir a tecnologia da exibição

privada em videocassete, tornando a espetatorialidade um ato ainda mais privado e seletivo, posto que, além de se realizar em ambiente doméstico, tornava-se possível ao espectador escolher os filmes a assistir, disponíveis nas locadoras, bem como assisti-los em seu próprio ritmo, uma vez que a exibição sempre poderia ser interrompida à vontade do espectador.

Progressivamente, as tecnologias mais recentes (anos 1990) que fizeram aparecer novos suportes para a exibição de filmes, como o DVD e a internet, redimensionam a condição de ser espectador. Assim, é possível definir, pelo menos, cinco possibilidades de espetatorialidade existentes no presente: freqüentadores das salas multiplexes (de grande circuito), freqüentadores das salas alternativas (independentes), usuários das locadoras de DVD, assistentes da TV Aberta e TV Paga; usuários de Internet que fazem *downloads* de filmes que, muitas vezes, nem sequer estrearam nos cinemas.

Embora, nesta tese, façam-se referências pontuais e esporádicas à espetatorialidade doméstica (DVD, TV, internet) e ao consumo de filmes em ambiência extra-sala de cinema, o recorte teórico metodológico se restringe ao cinema em salas públicas de exibição. As TVs aberta e a cabo também são relevantes para boa parte dos espectadores, pois exibem filmes atuais, inclusive lançamentos. Neste sentido, assistir a filmes em casa passa a ocupar posição importante nas atividades, especialmente os mais velhos com filhos, que o fazem regularmente. Os mais jovens também assistem, talvez não com a mesma regularidade, predominando os lançamentos. Importante ressaltar que a presença de DVDs piratas é predominante entre os integrantes e os mais jovens tendem a baixar filmes na Internet. Desta forma, antigos freqüentadores de cinema migraram para outros suportes. Fica evidenciado que os mais jovens dão preferência às atividades com os amigos, em geral fora de casa. E, os mais velhos, especialmente aqueles com filhos, assistem a filmes em casa e se dedicam mais a uma programação infantil³⁶.

³⁶ Fonte: Estudo “Projeto Cinema Estudo Qualitativo”, resultado da realização de grupos focais com espectadores do Rio de Janeiro e São Paulo -, promovido e coordenado pelo Datafolha Instituto de Pesquisa, por encomenda do Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do Município do Rio de Janeiro, em abril e maio de 2008.

QUADRO 5 Tipologia de espectadores

Tipo 1 – O especialista: é aquele espectador que se dedica exclusivamente ou majoritariamente ao estudo e/ou à prática da atividade cinematográfica. Pode ser um agente do subcampo, trabalhando diretamente com cinema, mas pode ser também um crítico profissional ou estudioso / acadêmico / teórico.

Tipo 2 - O cinéfilo: trata-se do espectador que aprecia cinema para além do gosto médio dos agentes. Embora não seja um especialista, o cinéfilo é capaz de dissertar sobre os filmes de forma fluente, além de ser portador de uma quantidade entre razoável e boa a respeito de informações gerais relacionadas à atividade cinematográfica. Não é um agente profissional do subcampo nem mesmo um crítico de cinema ou estudioso do assunto, mas só assiste a filmes nas salas de exibição, dispensando assistir filmes em DVD ou baixados da internet.

Tipo 3 – O espectador médio (grau 3): é o espectador que aprecia cinema em um nível muito aproximado ao do cinéfilo, fazendo da prática de assistir a filmes seu principal entretenimento / lazer. Costuma ser assíduo às salas de cinema, mantendo uma frequência regular e preferencial de, pelo menos, uma vez por semana, mas também assiste a filmes em DVD, na TV ou pela internet, embora não o faça regularmente.

Tipo 4 - O espectador médio (grau 2): é qualquer espectador que gosta de ver filmes em salas de exibição como opção de lazer / entretenimento e o faz com frequência não regular, variando o número de filmes por mês em função de sua disponibilidade cotidiana em relação às obrigações profissionais, familiares etc. Também assiste a filmes em DVD, na TV ou pela internet, embora não o faça com regularidade.

Tipo 5 - O espectador médio (grau 1): é qualquer espectador que gosta de ir ao cinema mais como lazer e entretenimento do que propriamente interesse mais detido nos filmes. Costuma escolher sem se ater a detalhes, preferindo qualquer opção que seja adequada aos seus hábitos e horários. É um espectador acidental e displicente, que nivela a assistência a filmes a qualquer outra atividade prosaica de entretenimento / lazer.

2.5 Agentes de fora do subcampo do cinema, mas a este relacionados

Agentes da crítica especializada: na maioria das vezes, a crítica cinematográfica mescla elementos de vários métodos de análise, sendo possível crer que estes agentes especialistas da crítica tendem a analisar o filme articulando diversos elementos que o compõem (argumento, direção, roteiro, narrativa, fotografia, interpretação dos atores etc.), observando se esses elementos estão bem integrados e manipulados pelo diretor para obter os efeitos desejados.

Os críticos definem limites, classificações, categorizações. A crítica não pode ser tão subjetiva como se faz atualmente ou tão adjetivadora simplesmente. Há que se ter fundamentos e pressupostos teóricos na observação e análise de filmes. Muitas vezes é a partir dele que o mundo conhece a genialidade de alguns artistas. O trabalho artístico se completa com a apreciação crítica de alguém que o assiste e tem in (formação) para observá-lo e até chamar a atenção do público.

Em tempo, enquanto houver idéias, vai haver debate, crítica e opiniões contrárias e a favor. A crítica é parte do processo. Mas, é bom lembrar que o crítico é também um ser humano, e se os artistas podem falhar, isso é também facultado ao crítico. A crítica impressionista, por não seguir critérios teórico-metodológicos precisos e a qual é fundamentada no gosto pessoal, subjetivo do crítico, é a modalidade de texto de crítica cinematográfica mais comum, encontrado em jornais, revistas e na internet. O problema é que há muito “achismo” entre pretensos críticos, que são, na verdade, resenhadores e comentadores.

A tradição crítica das análises fílmica e cinematográfica contempla, respectivamente, aspectos internos e externos à obra, repercutindo inclusive no campo acadêmico e legitimando escolas estéticas, cineastas, movimentos cinematográficos etc. Os agentes especialistas do campo em relação ao conhecimento dos aspectos que constituem a linguagem e a narrativa do cinema analisam os filmes, a partir de determinados pressupostos teórico-metodológicos, de acordo com a corrente estética a que se filia. Assim, um mesmo filme poderá ser observado sob várias abordagens, a saber: crítica formalista, conteudista, psicologista, sociológica, psicanalítica, estruturalista e textual (NAPOLITANO, 2003). Os jornalistas e formadores de opinião são, numa perspectiva bourdieusiana, intermediários culturais.

Na crítica formalista, o agente especialista fundamenta sua análise na analogia do filme à análise da pintura, destacando os aspectos relativos à composição dos planos (abertos / gerais, médio e fechados ou close, detalhe, primeiro plano, plano americano etc.), da iluminação / luz que incide sobre os objetos humanos e não-humanos filmados, a montagem, a edição e o corte, por exemplo.

Na crítica conteudista, o agente especialista dirige sua análise para a temática abordada pelo filme, ou seja, tem mais interesse pelo conteúdo do que pela forma. A crítica psicologista guarda relação com a conteudista, mas especifica sua análise nos personagens que habitam o filme: suas ações e motivações. A crítica psicologista é uma visão do eu dos personagens, interessando-se em interpretações a respeito desses.

A crítica sociológica diverge das anteriores porque está interessada mais no contexto do discurso que o filme narra e não propriamente na temática. Sendo assim, a crítica sociológica solicita que o filme seja reflexo de uma dada circunstância sócio-histórica. A crítica psicanalítica, fundada em pressupostos freudianos e lacanianos, visa entender o autor a partir das imagens e de sua estética, presentes em sua obra.

Na crítica estruturalista, o filme é um organismo autônomo e acabado, cuja organicidade precisa ser desvendada. Normalmente, é uma crítica que parte de fundamentos semiológicos, para desconstruir o filme e compreender o segredo oculto em seu interior e as relações entre as unidades (partes) que compõem essa estrutura.

A crítica textual assemelha-se à estruturalista na medida em que busca compreender o filme como universo auto-suficiente e fechado em si, mas com a ressalva de que analisa cada texto fílmico não na sua unicidade, mas em relação com os outros textos referentes ao mesmo autor ou a uma mesma corrente estética. Assim, a crítica textual poderá reconhecer as constantes e as eventuais variantes, presentes na obra do autor.

Na maioria das vezes, a crítica cinematográfica mescla elementos de vários métodos de análise, sendo possível crer que estes agentes especialistas da crítica tendem a analisar o filme articulando diversos elementos que o compõem (argumento, direção, roteiro, narrativa, fotografia, interpretação dos atores etc.), observando se esses elementos estão bem integrados e manipulados pelo diretor para obter os efeitos desejados.

Entre o gosto dos agentes da crítica especializada e o gosto dos espectadores, distinções costumam ser identificadas. Ao longo da história do cinema, quase sempre o cinema clássico, produzido em Hollywood, baseado em *habitus* narrativo fundante, é identificado como o cinema do gosto médio ou o cinema do “gosto bárbaro” (na linguagem de Bourdieu) ou do “grande público” (numa abordagem mais adequada aos estudos culturais), enquanto que o cinema contraposto ao cinema clássico hollywoodiano (expressionismo alemão, construtivismo russo, neo-realismo italiano, *nouvelle vague* francesa, cinema novo brasileiro etc.) é recorrentemente aludido como os cinemas da preferência estética dos agentes da crítica cinematográfica (respeitadas as exceções de praxe).

Donde se conclui que o crítico, um agente especializado na análise da linguagem e narrativa, se utiliza dessas escolas como parâmetro para categorizar, classificar e valorar os filmes, segundo um ponto de vista subjetivo, que por vezes coloca tal preferência como valor universal, ao contrapor essas categorias. Uma vez mais persiste a idéia de distinção.

Agentes públicos fomentadores da produção: são aqueles que trabalham em organismos e instituições de fomento e incentivo à produção cultural audiovisual, com a finalidade de desenvolver projetos de lei de incentivo à produção audiovisual e na fiscalização e acompanhamento de projetos na área:

Agentes públicos fomentadores da produção (em nível federal): agentes do Ministério da Cultura e seus órgãos vinculados e na Agência Nacional de Cinema. São gestores políticos e técnicos da área de legislação de incentivo, como a Lei do Audiovisual; gestores e técnicos de fundos públicos de incentivo à cultura.

Agentes públicos fomentadores da produção (em nível estadual): agentes das secretarias estaduais de Cultura e seus órgãos vinculados. São gestores políticos e técnicos da área de legislação estadual de incentivo à cultura e ao audiovisual, naqueles estados que a possuem.

Agentes públicos fomentadores da produção (em nível municipal): agentes das secretarias municipais de Cultura e seus órgãos vinculados. São gestores políticos e

técnicos da área de legislação estadual de incentivo à cultura e ao audiovisual, naqueles municípios que a possuem.

Agentes públicos viabilizadores da produção – São aqueles agentes que trabalham em organismos e instituições, especialmente empresas públicas e de economia mista (Petrobras, Banco do Brasil), que se utilizam das leis de incentivo à cultura e ao audiovisual, destinando recursos devidos ao Imposto de Renda, para a produção audiovisual. São diretores de marketing, técnicos e integrantes de conselhos consultivos e/ou deliberativos dessas instituições.

Agentes privados fomentadores da produção: por não ser exatamente uma indústria cinematográfica totalmente independente da tutela do Estado, a estrutura brasileira de produção cinematográfica é, praticamente, dependente do poder público, direta ou indiretamente, respectivamente, através das leis de incentivo e de renúncia fiscal por parte das empresas. Sendo assim, o que os agentes privados da produção buscam captar no mercado são, em última análise, incentivos e recursos de origem pública.

Agentes executivos da produção (na esfera pública): são aqueles agentes que são vinculados a organismos de cultura como fundações e universidades públicas que possuem centros e departamentos de produção audiovisual.

Agentes de comunicação e mídia (publicidade, marketing e relações públicas, além de comentadores, resenhadores, jornalistas): a questão mercadológica é algo tão importante e necessária por conta da grande concorrência dos filmes entre si. Ou seja, há grande produção cinematográfica, sobretudo da grande indústria norte-americana, tornando-se necessário que se institua uma especialidade que atue nos meandros do tripé principal da produção - distribuição - exibição. A comunicação, já há muitas décadas, tornou-se uma ferramenta fundamental para fazer com que o público de cinema tome conhecimento daquilo que será lançado comercialmente. Assim, há agentes especializados em fazer a divulgação dos filmes, incluindo publicitários, relações públicas, especialistas de marketing, além de uma indústria paralela, que é a produção de objetos, jogos, roupas e

toda uma parafernália de coisas vinculadas tematicamente ao filme divulgado, sempre com o intuito de despertar a atenção para o produto final, que é o filme.

O quadro a seguir estabelece as distinções entre o gosto da crítica (“gosto legítimo”, segundo uma terminologia bourdieusiana) e o gosto do público espectador (“gosto bárbaro” do “público cultivado”, ainda segundo essa mesma terminologia).

QUADRO 6 Os ciclos do cinema brasileiro segundo os níveis de adesão, indiferença e rejeição (estes quadros explicitam uma visão geral, que obviamente admite exceções com relação a determinados filmes)

QUADRO 6.1 Década de 1950

Anos 1950	Recepção dos agentes da crítica	Recepção dos espectadores
Ciclos		
Chanchada	REJEIÇÃO	ADESÃO
Vera Cruz	INDIFERENÇA	REJEIÇÃO

QUADRO 6.2 Década de 1960

Anos 1960	Recepção dos agentes da crítica	Recepção dos espectadores
Ciclos		
Cinema Novo	ADESÃO	REJEIÇÃO
Ciclo do Cangaço	INDIFERENÇA	ADESÃO
Underground (udigrúdi)	ADESÃO	REJEIÇÃO

QUADRO 6.3 Década de 1970

Anos 1970	Recepção dos agentes da crítica	Recepção dos espectadores
Ciclos		
Pornochanchada (e comédia erótica)	REJEIÇÃO	ADESÃO / REJEIÇÃO ³⁷
Cinema nacionalista Oficial	REJEIÇÃO	ADESÃO / REJEIÇÃO ³⁸
Pós-cinema novo (político)	ADESÃO	REJEIÇÃO
Trapalhões	REJEIÇÃO	ADESÃO

QUADRO 6.4 Década de 1980

Anos 1980	Recepção dos agentes da crítica	Recepção dos espectadores
Ciclos		
Cinema <i>Mainstream</i>	INDIFERENÇA / ADESÃO ³⁹	REJEIÇÃO
Trapalhões	REJEIÇÃO	ADESÃO
Sexo explícito	REJEIÇÃO	ADESÃO / REJEIÇÃO ⁴⁰

³⁷ Adesão por parte de uma classe média baixa. Rejeição pela classe média alta e intelectual.

³⁸ Houve o caso emblemático de *Independência ou morte* (Carlos Coimbra, 1972), produzido em pleno regime autoritário, a pretexto de comemorar os 150 anos da independência do Brasil, ressaltar os valores nacionalistas. Configura-se como o caso de adesão, pois a maior parte dos filmes do ciclo nacionalista não obteve repercussão maior junto aos espectadores.

³⁹ Sob o ponto de vista de recepção da crítica cinematográfica, pouquíssimos filmes repercutiam, inclusive pelo reduzido número de produções que estreavam, uma vez que grande parte da produção nacional do período era vinculada ao ciclo do cinema de sexo explícito.

⁴⁰ Aqui cabe a mesma explicação para o ciclo da pornochanchada.

QUADRO 6.5 Década de 1990

Anos 1990	Recepção dos agentes da crítica	Recepção dos espectadores
Ciclos		
Cinema da Retomada	INDIFERENÇA	INDIFERENÇA
Trapalhões	REJEIÇÃO	INDIFERENÇA

QUADRO 6.6 Década de 2000

Anos 2000	Recepção dos agentes da crítica	Recepção dos espectadores
Ciclos		
Cinema da Retomada	INDIFERENÇA / ADESÃO	INDIFERENÇA / ADESÃO ⁴¹

⁴¹ Em princípio, o público se divide em relação aos filmes desse ciclo. Há considerável identificação com a produção vinculada à Globo Filmes, atrelada ao habitus narrativo linear do subcampo, mas reduzida adesão à boa parte dos filmes nacionais, que mesmo orientados pelo habitus narrativo, por questões de distribuição e exibição, têm restrita circulação junto ao público espectador.

IV
A ESPECTATORIALIDADE

1 O habitus narrativo da produção e o habitus da recepção

Conforme foi observado nas três primeiras partes desta tese, o habitus narrativo do subcampo do cinema, engendrado pelo pólo da produção cinematográfica, determinou e definiu um padrão de distribuição e exibição de filmes. Com isso, e por consequência, também determinou e definiu um padrão de consumo e adesão a determinados filmes com perfil narrativo e, por extensão, comercial. Essa moldagem de consumo e adesão determinou e definiu o gosto dos espectadores, fazendo com que todo o sistema fosse interligado, a ponto de não se identificar exatamente onde começa a orientação da produção e o gosto do público.

Em outras palavras, a produção de cinema comercial produz determinados tipos de filme porque o público assim demanda? Ou o público adere porque o pólo da produção define tipos de filmes a serem vistos pelo público de cinema? Mais de cem anos depois do surgimento do cinema, essa relação é dialética e confirma a tese de que o habitus narrativo da produção confunde-se com o habitus narrativo da recepção, sendo um a extensão do outro e vice-versa, determinando-se mutuamente. As transformações tecnológicas no cinema foram constantes e embora permitissem adaptações da linguagem e da narrativa à evolução técnica, não foram, entretanto, capazes de alterar o habitus narrativo do subcampo do cinema, pelo menos de forma substancial.

Ocorreram transformações não apenas na parte técnica e na produção dos filmes, mas também com relação aos locais e as formas de exibição. Inicialmente, a sala de cinema era o único espaço. Posteriormente, os filmes foram exibidos também na Televisão, com uma defasagem de tempo considerável entre uma e outra exibição. Na década de 1980, houve uma grande mudança, com a exibição doméstica, permitida pelos aparelhos de videocassete. Na passagem do século XX para o XXI, o vídeo cede o lugar para o DVD.

Atualmente, assiste-se a filmes acessados pela Internet, além das TVs de sinal aberto e fechado e do DVD. Futuramente, novos suportes surgirão. Estes novos modos de assistir a filmes incrementam a produção cinematográfica. Ou seja, assiste-se a menos filmes nas

salas de cinema, mas se assiste a muito mais filmes atualmente do que antes por conta da diversidade de mídias e suportes existentes que veiculam a sua exibição. Surge uma nova visibilidade para o produto cultural audiovisual, fazendo com que o filme amplie sua ação comunicacional. No mundo contemporâneo, o intervalo de exibição de um filme entre sua estreia mundial nos cinemas e a exibição na televisão se faz em poucos meses. A frequência aos espaços (salas de cinema) tradicionais diminuiu, mas não o consumo global de filmes, que aumentou em progressão geométrica devido ao surgimento dessas novas maneiras de se ver cinema.

Ainda assim, a percepção geral dos espectadores contemporâneos é de que o cinema ainda permanece como espaço simbólico que proporciona:

Uma multiplicidade de sensações positivas, representadas pelo prazer e inseridas em um contexto emocional que simbolizam romantismo, descontração e relaxamento... Além disto, o cinema proporciona um momento mágico e fantasioso, fazendo com que os espectadores se sintam fora da realidade. Todos estes sentimentos atribuem a esta categoria de entretenimento um *glamour* todo especial. (INSTITUTO DATAFOLHA, 2008)⁴².

A adesão dos espectadores latino-americanos ao padrão hegemônico hollywoodiano se deu em função de mudanças culturais e tecnológicas na estrutura do cinema ao longo do século XX⁴³. Em outras palavras, havia, sobretudo na segunda metade desse século, uma ambígua e hesitante relação dos estados nacionais com os seus respectivos cinemas nacionais, que ora desenvolviam programas de apoio às produções nacionais, que quase sempre resultava em ciclos de cinema mais ou menos bem-sucedidos, ora deixavam a atividade cinematográfica para a livre regulação do mercado. Não havia propriamente políticas públicas de incentivo à produção, distribuição e exibição de produções nacionais nem propriamente um esforço de restrição à livre circulação do produto hollywoodiano, percebido como um concorrente cujo alto padrão técnico e narrativo era praticamente inalcançável pelos cinemas latino-americanos.

⁴² Fonte: trechos de depoimentos extraídos das conclusões do estudo “Projeto Cinema Estudo Qualitativo” (Datafolha Instituto de Pesquisa / Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do Município do Rio de Janeiro, 2008).

⁴³ Fonte: Database Mundo 2005 (Portal FILME B). Mais informações sobre o cinema indiano em Anexos.

Curiosamente, a maior indústria cinematográfica do mundo, em número de filmes produzidos, não é a dos EUA, mas a da Índia. Pelo menos, em números absolutos. Bollywood, como é chamada o principal pólo de produção de filmes indianos situado na cidade de Bombaim, produziu, por exemplo, em 2003, 877 filmes de longa-metragem, com venda de 3,4 bilhões de ingressos, sendo que, deste total, 95% para produções indianas. Segundo o Portal Filme B:

O mercado da Índia só não supera o norte-americano por um motivo simples: o preço médio do ingresso é extremamente baixo (apenas US\$ 0,19). Em função disso, o país foi líder do *ranking* de público em 2003, mas ocupou o oitavo lugar no *ranking* de renda, com uma receita de US\$ 642 milhões. (DATABASE MUNDO, 2006).

Os filmes indianos são distribuídos para a exibição em todo o país e em algumas nações vizinhas, na Ásia e África. Além disso, na comparação entre Hollywood e Bollywood, a indústria dos EUA detém a hegemonia da distribuição / exibição internacional em todo o mundo, sobretudo no Ocidente, onde o cinema de Bollywood não é conhecido. O ingresso na Índia, por ser barato, é acessível à população pobre do país, o que faz do cinema um produto cultural de altíssimo consumo. De um modo geral, os filmes produzidos em Bollywood são basicamente dos gêneros aventura, musical e romance, o que, aliás, costumam vir mesclados em um mesmo filme. Os artistas indianos são extremamente populares no país e muitos já seguiram carreira internacional.

Através do conceito de americanização dos espectadores, Néstor Canclini explica somente em parte esse processo, uma vez que o autor não considera, inteiramente, a secular e, por isso, prolongada e intensa formação de um *habitus* narrativo perpetrado pelo cinema norte-americano, que definiu e define o gosto do agente espectador nos mais de cem anos de existência do cinema. É bem verdade que os ciclos nacionais do cinema latino-americano significaram uma dada flexibilização do *habitus* narrativo hollywoodiano, mas não ao ponto de fazer com que os agentes espectadores dos países latinos abrissem mão do consumo de filmes produzidos em Hollywood. É certo que os filmes latinos construíram uma razoável e bem-sucedida tradição de cinema comercial nesses países (o melodrama mexicano, a chanchada brasileira etc.), mas assim fizeram calcados na reprodução do *habitus* narrativo. Ou seja, incorporaram elementos culturais nativos a uma linguagem e narrativa já consagradas por Hollywood.

O fato é que seja no sentido da adesão total ao filme hollywoodiano seja na adesão aos ciclos dos cinemas nacionais comerciais latino-americanos, há em curso um processo de americanização dos espectadores que contempla não apenas os longos períodos de dominação cultural do audiovisual hollywoodiano, mas até mesmos os restritos períodos nos quais os cinemas nacionais da América Latina conseguiram a adesão dos espectadores nacionais. A diferença está, primeiramente, no maior ou menor grau em que, estatisticamente, essa adesão parcial se realizou.

Em um segundo momento, é necessário distinguir que um filme possui um fundamento de linguagem, que seria o tipo de narrativa proposta, que pode ser percebida como Forma; e que possui uma temática, percebida como Conteúdo. Assim, nos ciclos de cinema nacionais diversificavam-se os conteúdos em relação ao filme hollywoodiano, mas não se alterava a forma em relação ao padrão hegemônico.

Neste sentido, é possível estender a categoria de “americanização dos espectadores” não apenas ao processo em curso que redimensionou o consumo de filmes hollywoodianos no mundo, como um padrão hegemônico que ora se realiza, mas a todo um processo que remonta à própria história do cinema como indústria cultural. Como consequência lógica de tal raciocínio, é de se concluir que o autor argentino-mexicano, com a sua teorização, faz uma leitura, ainda que indireta e, porventura, não desejável, do conceito genérico do *habitus*, que fundamenta esta tese.

1.1 A experiência da subjetividade e a expressão do gosto dos espectadores

O espectador contemporâneo, que figura no contexto da pesquisa empírica realizada para dar base de sustentação a esta tese, é um agente de classes médias porque o entendimento que se tem é o de que, no Brasil, o acesso à exibição de filmes em salas de cinema comerciais, via o pagamento dos altos valores das entradas e meias-entradas na bilheteria, somente é acessível àqueles pertencentes, a partir do critério econômico-financeiro, a tais classes, sobretudo se for levado em consideração que a grande maioria dessas salas está situada nos centros comerciais (*shopping centers*) das grandes e médias cidades.

O espectador médio valoriza certas qualidades das salas de cinema: itens como segurança, limpeza e conforto são valorados quase na mesma proporção da qualidade da imagem e do som dos filmes. Esta realidade extra - filme, atrelada ao aspecto estrutural dos filmes narrativos exibidos em tais espaços, faz com que os cinemas multiplexes sejam, praticamente, a única (ou principal) opção de lazer e entretenimento cinematográfico, para uma grande maioria de espectadores. Por ser prática cultural de custo relativamente elevado, é possível compreender que 70,5% dos espectadores do Recife apenas freqüentem os cinemas de uma a três vezes por mês⁴⁴.

Desta maneira, sobre esses agentes, é possível falar genericamente de “gosto médio”, que se constituiria a partir de uma oferta de consumo cultural audiovisual, onde se misturam elementos culturais de “alto” e “baixo” padrão, que caracterizaria, grosso modo, os diversos produtos audiovisuais em oferta. É importante pensar em semelhante fluxo cultural, em especial no subcampo do cinema, onde os agentes espectadores são capazes de circular por salas de exibição que integram os cinemas de *shopping center*, bem como as salas alternativas, conhecidos como “cinema de arte”, o que certamente faz com que se pense no caráter distintivo social e culturalmente de cada um desses “microcosmos” (cinema de *shopping* e cinema de arte, respectivamente) do subcampo do cinema, o que se abordará mais adiante.

Sobre tais públicos médios, oriundos de classes médias, a partir de uma terminologia adotada por Pierre Bourdieu, pode-se falar de forma adaptada, na tese, em três segmentos de agentes (intelectuais, profissionais liberais de nível superior e outros). É possível afirmar sobre padrões de consumo, de modo geral, entre os agentes de classes médias, de acordo com a renda familiar, mas é complexo afirmar sobre padrões de consumo cultural uniforme entre agentes de classe média posto que há uma composição bastante heterogênea culturalmente entre os diversos grupos de agentes dessas classes. Talvez, em função disso,

⁴⁴ Dados da pesquisa quantitativa “Atributos que influenciam na escolha de cinemas e os hábitos de consumo de seus freqüentadores: um estudo de caso no Recife expandido” (Administração/Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, 2008).

Bourdieu se refira a expressões como “público cultivado” e “demandas dos grandes públicos”.

O sociólogo francês vai destacar que a relação entre produção e consumo é mediada pela riqueza e pelo gosto. Riqueza e gosto estão, intrinsecamente, relacionados às classes sociais, cada qual com demandas próprias. No caso do cinema, o consumo de filmes em salas de exibição, pelo menos na atualidade, em função de ser atividade dispendiosa, conforme já foi dito, está restrito às diversas classes médias. As escolhas que os agentes pertencentes a essas classes médias fazem são distintas e distintivas - em função de seus capitais culturais, adquiridos ao longo de suas interações sociais -, e são materializadas nas escolhas dos locais que devem freqüentar para satisfazer suas necessidades de consumo cultural e de entretenimento.

Com relação ao cinema brasileiro, ao longo dos últimos 50 anos, os espectadores se mantêm em constante movimento oscilatório de adesão e afastamento, que não por coincidência ou mero acaso corresponde aos ciclos de produção no subcampo do cinema no Brasil. A razão que explica tal oscilação está em parte respondida com o esclarecimento sobre os problemas de distribuição e exibição do filme brasileiro em território nacional, resultado da estruturação do subcampo do cinema no mundo ocidental, em geral, e no Brasil, em particular, que privilegia o filme de origem norte-americana, notadamente àqueles com elementos mais abertamente narrativos e comerciais.

A outra parte da resposta se situa na relação entre *habitus* da produção e *habitus* da recepção e como essa relação é assimilada subjetivamente pelo conjunto de espectadores. Então, há duas variáveis em jogo na adesão ou rejeição a determinado ciclo de cinema ou a um tipo específico de filme nacional: o *habitus* narrativo (reflexo da linguagem e narrativa do filme), por um lado; o capital cultural do espectador, por outro. Esta é a chave da resposta à segunda parte do problema.

Na década de 1950, o filme do gênero chanchada era popular; recebeu considerável adesão do público, inclusive de classes médias, enquanto era rejeitado pelos agentes da crítica

especializada. À época do cinema novo, nos anos 1960, operou-se o contrário. Era um cinema celebrado pela crítica (inclusive francesa)⁴⁵ e pela classe média pertencentes a segmentos intelectuais, mas foi rejeitado pelo grande público, incluindo parcelas das classes médias não-intelectualizadas. Na década de 1970, as chamadas classes C e D aderiram ao filme do gênero pornochanchada, enquanto a classe média mais intelectualizada e a crítica especializada a rejeitaram.

No final da década de 1990 e no início do século XXI, parcelas das classes médias se voltaram, paulatinamente, a aderir a uma vertente do cinema nacional, especialmente aquele com produção e/ou distribuição da Globo Filmes, que praticamente resgatam um subgênero de filme, a comédia urbana, fortemente marcada e identificada com narrativa / linguagem mais superficial, articulando-se como ciclo assemelhado aos dos anos 1950 e de 1970, nas preferências dos espectadores por comédias ligeiras.

O padrão dominante de apreciação estética dos espectadores é aquele gerado pelo habitus narrativo do cinema hollywoodiano. Esta é a regra geral que determina o gosto da maioria do público espectador. As variações dessa regra obedecem, obviamente, a questões que envolvem não apenas gosto, mas gosto que é consequência do capital cultural acumulado pelos agentes em seus processos de socialização desde a sua origem familiar, sua formação educacional e profissional, que geraram um habitus, que resulta numa matriz individual de percepções estéticas.

Somente os espectadores, cujos processos de socialização foram ou estão voltados para a apreciação de filmes não-hollywoodianos, terão a oportunidade de se disponibilizar a ir a um espaço de exibição que fuja ao padrão de mercado das salas múltiplas de cinema localizadas em centros de compras das grandes cidades, ou mesmo nessas salas assistir a filmes diferenciados esteticamente. Ir ao cinema é parte do estilo de vida dos agentes. Ver

⁴⁵ Sobre a valoração do cinema brasileiro pela crítica cinematográfica francesa, ver FERREIRA, Alexandre Figueiroa. *Cinema Novo: A onda do jovem cinema e sua recepção na França*. 1. ed. Campinas: Papyrus, 2004. v. 1. 252 p.

um filme no cinema está relacionado a outras escolhas estéticas que o agente disponibiliza no seu cotidiano de práticas culturais.

Normalmente, o cinema é associado à diversão e entretenimento, mas em alguns casos de agentes formados para uma apreciação estética mais aprofundada, é também uma prática que busca conhecimento e debate sobre questões que o agente supõe ser importantes e que o cinema deve abordar. Os filmes que lhe agradam são parte da expressão de sua subjetividade e muito se saberá desse agente ao observar os filmes de sua preferência.

Então, é necessário capital cultural específico para ir além do proposto pelo mercado do cinema comercial. No período compreendido entre o final da década de 1980 e meados dos anos 1990, filmes brasileiros eram raros nas salas de cinema. Na verdade, continuam sendo uma oferta minoritária, mas depois que a Globo Filmes entrou com a distribuição do produto brasileiro (de uma pequena parcela, é bom que se ressalte), mais público passou a ir aos cinemas assistir a filmes nacionais - filmes brasileiros de um determinado padrão narrativo, sobretudo do padrão Globo Filmes, mas ainda assim filmes nacionais. Aos filmes que fogem a esse padrão, é necessário um capital cultural voltado para a apreciação estética para além do filme de mercado. Nesse caso, o agente se esforçará para encontrar espaços de exibição alternativos e filmes que divergem desse padrão estético.

O gosto por um tipo de filme diferenciado do mercado gera então um estilo de vida que, para alguns, é perfeitamente naturalizado, mas não por outros agentes. Assim, é possível que grupos de agentes, não acostumados a filmes mais alternativos, por alguma razão relacionada à família, trabalho, relações sociais, relações afetivas, sintam-se compelidos a modificar o seu gosto estético no tocante ao cinema. Se o agente é acostumado a apreciar filmes baseados em fórmulas estéticas bem-sucedidas da indústria cinematográfica, fará uma "correção" em seu gosto. A isso Bourdieu chamaria de boa vontade cultural. A possibilidade de, calculadamente, modificar seu gosto e por conseqüência seu estilo de vida visando a se adequar a determinado grupo social, da qual, por alguma razão, o agente deseja fazer parte.

Apreciar filmes de formulação estética narrativa e comercial, por um lado, e filmes que fogem a esse padrão, por outro, provoca uma clara distinção entre agentes espectadores. E isso se reflete em suas relações sociais: torna-se amigos daqueles que compartilham gostos assemelhados e afasta-se daqueles que não compartilham com a mesma matriz de percepção estética. Observe-se o tipo de companhia com quem se vai ao cinema, seja lá por qual razão for, sempre se levará consigo alguém muito próximo: marido e mulher, namorados, melhores amigos etc. Nota-se que a dupla é a parceira ideal, em agentes espectadores adultos, para assistir a filmes no cinema. Trios e grupos são bem-vindos, desde que os agentes sejam adolescentes, enquanto se ir solitariamente é ação para poucos. Nas sessões de cinema, é reduzido o número de pessoas sozinhas. Trata-se de uma determinada sociabilidade de microinterações ou de interações bastante íntimas.

Assim, é normal que agentes menos exigentes com relação a filmes, ou melhor, mais interessados em filmes de padrão industrial - comercial, olhem para agentes interessados em filmes elaborados intelectualmente com certo desdém (e vice-versa). Não falta adjetivação pejorativa de agentes de um grupo em relação a outro e discriminações recíprocas, mas como o padrão hegemônico é o do cinema comercial, sobretudo em cidades com pouco acesso a lugares de exibição de filmes alternativos, o grupo de agentes que aprecia filmes alternativos tende a ser considerado como “diferente”, por razões óbvias.

O público médio adere e se identifica com o cinema narrativo, podendo verbalizar tranquilamente tal preferência, mas se fizer parte ou estiver acidentalmente envolvido numa interação social na qual tal preferência é revelada, poderá ser vítima de uma espécie de violência simbólica, sofrendo reprovação explícita pelo seu gosto convencional, ou mesmo implicitamente, por olhares e comentários maldosos. Tal violência simbólica se expressa porque entre os diversos tipos de espectadores há distinções de gosto e conseqüentemente de estilos de vida. Mas, a violência simbólica pode acontecer também na direção contrária. Alguém que expresse um gosto mais rebuscado, que fuja ao padrão médio do cinema narrativo, e que porventura expresse essa opinião, poderá ser mal percebido ou visto como esnobe.

Desta forma, um dos maiores erros que um espectador pode cometer é indagar de outro espectador se filme x ou y que está em cartaz é bom ou não. Para que a resposta seja confiável, será necessário que haja uma convergência do gosto entre um e outro espectador. Caso contrário, corre-se o risco de assistir a um filme e se decepcionar, apenas porque alguém que o espectador conhece disse que tal filme é bom. Isto vale para os dois grupos. Contudo, o espectador mais experimentado só deverá levar em consideração a opinião de quem lhe é muito próximo para avaliar se a resposta é realmente confiável.

Do ponto de vista da análise da recepção, no atual estado de coisas, o cinema brasileiro oscila entre esses dois pólos. Ou seja, já há uma formação de gosto para filmes de padrão Globo Filmes, via o *habitus* narrativo – e isto somente indica uma adesão ao filme nacional e não uma alteração substancial na identificação do espectador com o *habitus* narrativo -, que se enquadraria no grupo dos agentes apreciadores de filmes de mercado. No entanto, há também um determinado cinema brasileiro que ainda se destina aos apreciadores do filme alternativo. Mas, apreciar filmes nacionais ainda é questão problemática para o espectador médio em virtude de preconceitos sedimentados ao longo de décadas, principalmente nos últimos trinta anos, especialmente com a herança da pornochanchada e o cinema de cunho mais socialmente engajado.

As representações sobre o cinema nacional no discurso do espectador, até a fase da Retomada (a partir do final da década de 1990), giravam em torno da reiteração de expressões bastante comuns, a exemplo de: “cinema nacional é pornográfico”, “filme brasileiro só tem miséria”, “o som do cinema brasileiro é ruim”, “os filmes são escuros”, “a fotografia do filme é feia”, entre tantas outras. Essa percepção geral do espectador está sendo modificada para melhor, embora, isolada e individualmente, tais afirmações permaneçam válidas. Na sessão do filme norte-americano *Onde os fracos não têm vez* (Ethan Cohen; Joel Cohen, 2007), em cinema multiplex do Recife, casal jovem conversa com amigos. Uma das moças diz: “Viram? *Tropa de Elite* ganhou em Berlim”. O homem

mais falante, par do outro casal, assume um ar sério e afirma: “Não vi nem vou ver. Não sou chegado a filme nacional”⁴⁶.

É curioso que até mesmo os espectadores de filmes de mercado sentem algum tipo de auto-gratificação, ao dizer que gostam de filmes brasileiros (e isso lhes dá certa distinção positiva em relação ao grupo, como se isso fosse atributo mais intelectual, ainda que o filme brasileiro a que se refere seja o de padrão Globo Filmes). E, sob outro ponto de vista, o agente poderá também se orgulhar completamente de detestar filmes nacionais, e se sentir positivamente distinguido por isso. A conclusão é a de que há toda uma gama de auto-percepções e significados valorados positiva e negativamente quando o assunto é a adesão e a rejeição ao filme nacional, a depender do grupo social a que se pertence.

Conforme Canclini, o filme nacional latino-americano permanece como um gênero cinematográfico, como “drama”, “comédia”, “ação”, ou seja, é percebido ainda como um filme que necessita de classificação ou nomeação, no rol das escolhas dos espectadores, que compreende “cinema” como cinema norte-americano. É o exato efeito que o cinema em língua inglesa, sobretudo o cinema dos EUA produz nos espectadores, que associam cinema ao cinema norte-americano. Não é à-toa que cinema brasileiro está classificado como gênero cinematográfico nas prateleiras das locadoras de DVD.

No Grande Recife, a respeito do cinema brasileiro, somente 30,9% afirmaram assistir a filmes nacionais de vez em quando; 36,5% disseram que não fazem distinção entre filmes brasileiros e filmes estrangeiros; 23,9% afirmaram assistir a apenas os filmes brasileiros de maior repercussão; somente 5,7% disseram preferir filmes nacionais a filmes estrangeiros; enquanto 3% admitiram assistir somente a filmes estrangeiros⁴⁷.

⁴⁶ Fonte: Diário de observação, dia 17 de fevereiro de 2008.

⁴⁷ Fonte: Pesquisa “Atributos que influenciam na escolha de cinemas e os hábitos de consumo de seus frequentadores: um estudo de caso no Recife expandido” (Administração/Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, 2008).

A conformação de um *habitus* narrativo pelo cinema vinculado à indústria cultural estabeleceu alguns valores que distinguem os gostos relacionados às diversas escolas narrativas estabelecidas no subcampo. Tendências estéticas que se antagonizam entre si e, sobretudo, em relação ao padrão dominante do cinema narrativo, que é o consagrado pelo subcampo e tido como referência de valor para amplas camadas do público espectador, mas não para todas as camadas.

Sabe-se que a identificação com padrões de cinema pouco narrativos ou não narrativos ou ainda de filmes que fujam a um padrão de cinema narrativo convencional, é algo que requer certo aprendizado e uma iniciação nessa questão. O padrão médio, hegemônico, dita as regras da preferência estética no subcampo do cinema, mas há distinções e deserções a esse padrão, por parcelas bem minoritárias dos agentes espectadores.

No entanto, o afastamento de tal padrão hegemônico convencional só se dará mediante algum tipo de aprendizado, cuja decisão é do agente, que, por algum motivo em sua trajetória pessoal, sentirá necessidade de buscar modelos estéticos diferenciados. E isto pode acontecer no âmbito familiar, com os pais; na escola que frequentou (dependendo da orientação pedagógica), o curso e a universidade nos quais se formou; o grupo de amigos do qual faz parte e o tipo de trabalho que escolheu ou que foi possível ter. Em todas essas socializações, é possível que o agente possa escapar ao padrão do gosto hegemônico de cinema a que o *habitus* narrativo do subcampo acostumou o público. Mas, em todas essas situações, a depender do seu gosto (padrão ou alternativo), o agente estará sempre predisposto a ser alvo de violência simbólica.

Sabe-se que a espetatorialidade envolve uma série complexa de questões e perspectivas. Uma destas diz respeito ao fato de que assistir aos filmes em salas de cinema configura-se uma prática social centenária, que permanece praticamente inalterada em sua mecânica social. Para Ismail Xavier, a experiência do espectador é marcada pela “impressão” de realidade e pelo “mergulho” dentro da tela (identificação com personagens, participação afetiva no mundo representado). O cinema possui características da imagem e das

condições de projeção que tornam possível essa relação de identificação e a forte sensação de “realismo”.

O espectador de cinema é um agente da classe média. O debate atual situa que o agente de classe média quase sempre foi visto nos filmes nacionais de uma forma problemática, quando não ausente. É uma discussão em voga atualmente, mas muito antiga e se remete aos anos 1960, quando Jean-Claude Bernardet identificara o agente de classe média em muitos dos filmes nacionais. A questão que se coloca na atualidade não é a opinião do agente da crítica sobre o homem da classe média no cinema nacional, mas como efetivamente o espectador da classe média se identifica com os filmes nacionais e como estes (os filmes) buscam a identificação espectador - personagem de forma direta e reconhecível, resultando em boa bilheteria. A produção distribuída por Globo Filmes se encontra em tal nicho de mercado.

Para Edgar Morin (1997), o cinema é a constituição do mundo imaginário, que se transforma no lugar por excelência da manifestação dos desejos, sonhos e mitos do homem, graças à convergência entre as características da imagem cinematográfica e determinadas estruturas mentais de base. Morin afirma que a identificação é a “alma do cinema”. A participação afetiva deve ser considerada “como estado genético e como fundamento estrutural do cinema”. Esta relação que um cinema particular, em dado momento, estabeleceu com o espectador⁴⁸, é imperativa, fazendo parte da essência do novo veículo. E essa é, sobretudo, a configuração encontrada no cinema narrativo hollywoodiano.

⁴⁸ Filmes que abordam a identificação filme-espectador: *A rosa púrpura do Cairo* (Woody Allen, 1985), *Cinema Paradiso* (Giuseppe Tornatore, 1989) e *Lisbela e o prisioneiro* (Guel Arraes, 2003).

2 A recepção espectral no cinema

No Brasil, o público frequentador de cinema corresponde a, aproximadamente, 14 milhões de pessoas, com faixa etária majoritária formada por jovens (12 a 18 anos), principalmente solteiros e estudantes. O espectador brasileiro de cinema possui escolaridade média e/ou superior e é um agente oriundo das classes A e B. A maioria costuma ir ao cinema, como parte de uma prática cultural que se estende em atividade posterior. Também é um espectador que, de modo geral, costuma programar com antecedência suas idas ao cinema, assim como também a opção e escolha do filme a ser assistido, sendo o jornal o principal meio de informação sobre os filmes em cartaz. Além do cinema, este espectador mantém outros hábitos de lazer como viajar nos finais de semana, ir a shows e espetáculos, exposições e teatro, mas também assiste a filmes em DVD e TV.

Este perfil é resultado da pesquisa quantitativa “Hábitos de consumo no mercado de entretenimento”, encomendada ao Datafolha Instituto de Pesquisas pelo Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do Município do Rio de Janeiro. Foram entrevistadas, em dezembro de 2007, 2.120 homens e mulheres, a partir de 12 anos ou mais, por meio de aplicação de questionário estruturado, nos dez maiores mercados de salas de cinema do Brasil: Salvador, Recife, Fortaleza, Brasília, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Campinas, Região Metropolitana do RJ e Região Metropolitana de SP. O estudo estima que há um potencial de aumento no mercado de cinema correspondente a 11%, equivalendo a três milhões de novos espectadores, principalmente mulheres, idosos e crianças da classe C. Os maiores mercados são Porto Alegre, São Paulo, Campinas, Curitiba, Brasília e Belo Horizonte. Cabe uma ressalva de que este perfil desenhado pela pesquisa se refere ao espectador de cinema, como um todo, e não ao espectador exclusivamente ou majoritariamente de filmes brasileiros. Há um dado não quantificado, oriundo da observação, de que, tradicionalmente, o público adulto é o público do cinema nacional.

Do universo total de espectadores, 26% costumavam, na infância e adolescência, ir ao cinema com os pais e a maioria também leva seus filhos às salas de cinema. São

espectadores com *habitus* familiar, que permitiu a sua formação como espectador, e que, por isso, são detentores de capital cultural suficiente para torná-lo identificado com a prática cultural de ir ao cinema, definindo-o como freqüentador assíduo de cinema, ainda que esta regularidade varie de um para outro agente, de acordo com suas condições de trabalho, familiares e financeiras. Mesmo aqueles espectadores que ainda não levaram seus filhos pequenos ao cinema, sentem-se intimamente pressionados a fazê-lo. Já os agentes da classe C, que demonstram interesse por filmes, não costumam ir ao cinema, sobretudo em função do custo e a grande maioria não passou pelo processo de “formação de platéia” no âmbito familiar, ou seja, pais e o contexto familiar proporcionaram poucas oportunidades relativas ao cinema.

Mesmo os espectadores que não foram incentivados pela família à prática espectral, em etapas posteriores de seu processo de socialização, em função de interações ocorridas na escola e durante a juventude e adolescência, tendem a valorizar o cinema como prática cultural desejável. O que permite concluir, pela observação dos grupos focais⁴⁹, que um número considerável de variáveis determina a freqüência ao cinema e todas as variáveis dizem respeito a fases da vida do agente, nas quais a prática espectral significava algo de importante. Entre os segmentos de agentes de faixas etárias mais maduras, o cinema é representado com forte nostalgia e saudosismo, quando se atribuía a ele forte significado cultural e cujas representações simbólicas mais fortes dizem respeito à figura do “lanterninha” (funcionário do cinema, que munido de uma lanterna, encarregava-se de indicar lugares vazios aos espectadores que entravam na sala de cinema depois de iniciada a sessão do filme; é atualmente uma figura praticamente extinta das salas de cinemas) e do carrinho de pipoca.

Resultados sugerem que aqueles participantes cujos pais mantiveram o hábito de levá-los ao cinema, tendem a valorizar mais esta atividade. Na realidade, percebe-se que a maioria dos jovens não passou pelo processo de formação de platéia e os integrantes de classe c não obtiveram oportunidades que pudessem ser favorecidos a este respeito...(...)... Espectadores na faixa etária de 26 a 36 anos de idade que se encontram em fase de transição, alguns casados, outros em processo de estabilização

⁴⁹ Fonte: informações oriundas dos grupos focais realizados com espectadores do Rio de Janeiro e São Paulo, para o “Projeto Cinema - Estudo Qualitativo” (Datafolha Instituto de Pesquisas / Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do Município do Rio de Janeiro, abril/maio, 2008).

profissional, estão mudando os hábitos. Já, aqueles entre 38 e 50 anos, especialmente com filhos estruturam o orçamento em função da família. (INSTITUTO DATAFOLHA, 2008).

A pesquisa mostra que o cinema proporciona lazer, entretenimento e interação social (amigos, relacionamentos afetivos), além de ser, para uma grande parte dos espectadores, fonte de informação e programação cultural. Nota-se, porém, que diferentemente de outras gerações o cinema não é mais uma prioridade como opção para diversão, pois os espectadores já dispõem no ambiente doméstico de tecnologias, suportes e mídias co-relatas ao cinema que proporcionam o mesmo nível de lazer. Há, inclusive, parcelas consideráveis de agentes sociais que ignoram o cinema como atividade de lazer, sobretudo em segmentos sociais específicos das classes médias, preferindo outras atividades e práticas que nada têm a ver com a espetatorialidade, mesmo a doméstica:

Conforme informações da grande maioria, “*antigamente ia-se muito mais ao cinema*”. Havia nesta época, a expectativa por grandes produções além do ineditismo. É consensual entre os integrantes que os principais responsáveis, pela baixa mobilização ao cinema, estão fortemente ligados à introdução no mercado da pirataria, da TV a cabo e da internet. Além disto, as mudanças contextuais e pessoais, nos âmbitos social, familiar e profissional também exercem papel relevante, como por exemplo, casamento e filhos. (INSTITUTO DATAFOLHA, 2008).

Os aspectos restritivos à prática espetatorial no cinema inclui o valor do ingresso e os gastos com estacionamento no *shopping center* e o lanche, estimados em R\$ 30 a 35,00, pelos espectadores. As promoções em determinados dias da semana, com preço reduzido, nem sempre são aproveitados pelo público que trabalha. Esta retração coloca em segundo plano os “elementos emocionais, o glamour e a magia do cinema”, que envolvem a espetatorialidade na sala de exibição, e prioriza aspectos mais racionais, como a conveniência de assistir filmes em ambiente doméstico: locação do filme mais barata que a entrada no cinema, comodidade de casa etc.

QUADRO 7 Processo de recepção engendrado pelo espectador

As etapas da recepção:

Etapa A – O agente espectador decide qual filme vai assistir.

Etapa B – O agente espectador efetivamente assiste ao filme (que escolheu ou não).

Etapa C – O agente espectador elabora o discurso sobre o que se viu.

Na Etapa A mobilizam-se motivações diversas como:

- O gênero de filme que mais se aprecia.
- As indicações dos amigos.
- As estratégias de marketing e publicidade trabalhadas pelos agentes produtores / distribuidores dos filmes para cada um de seus lançamentos.
- A repercussão dos agentes da crítica, se positiva ou negativa.
- Os resultados alcançados junto aos agentes espectadores, ou seja, os resultados de bilheteria.
- O que o seu parceiro / parceira de programa escolheu (no caso, as mulheres costumam escolher filmes quando vão ao cinema com seus maridos).
- A sociabilidade. O cinema é desde então uma expressão de consumo basicamente de uma classe média que tem poder aquisitivo. Agrega-se a isso, em tempos contemporâneos, o preço do estacionamento, da pipoca e do refrigerante. Um consumo inserido dentro de uma realidade de *shopping center* onde o cinema é apenas mais uma loja dentro daquele complexo e se constitui junto à praça da

alimentação como fazendo parte de um mesmo programa e de uma mesma sociabilidade.

- O espaço de exibição. A “sessão de arte” serve tanto para se pensar em elementos de distinção social e cultural positiva quanto para sinônimo de algo que precisa ser evitado. Ou seja, àqueles que já são iniciados em algum conhecimento no cinema dito “de arte” terão uma propensão e um movimento em direção a esse tipo de sala enquanto aqueles que percebem o cinema como puro divertimento tendem a fugir dessas sessões e dessas salas.

Assiste-se a filmes pelas mais variadas motivações, desde a primeira, a diversão e o entretenimento, passando por motivações mais racionais, do tipo, gosto de tal ator, gosto de tal tipo de gênero, enredo, em um nível de maior iniciação nas questões cinematográficas vai-se por causa do diretor. É possível que alguém rigorosamente queira assistir a um filme por uma dessas razões quando um delas representa subjetivamente algo de grande relevância. Assim, é possível que um espectador, que nunca foi ao cinema, ou que tenha grande dificuldade para ir, ou que há muito tempo não assista a um filme numa sala de cinema, seja movido a ver um filme pelo tema que ele trata.

No Cine Rosa e Silva, especializado em filmes fora do circuito e localizado em zona nobre do Recife, uma senhora aparentando mais de 70 anos, de baixa estatura, adentra a sala de exibição, acompanhada de uma moça mais nova que aparenta ser sua filha ou neta, para assistir ao filme *Bezerra de Menezes – o diário de um espírito* (Glauber Filho, Joe Pimentel, 2008).⁵⁰ Muito pequena, a senhora se perde no tamanho da poltrona e tem dificuldade para ver a tela por conta do bloqueio causado pela poltrona da frente. Note-se bem, a poltrona da frente, que está vazia. Sentando-se projetadamente para frente, a senhora assiste ao filme de forma desconfortável. Durante a projeção, ela tem dificuldade de entender o que se passa na tela. Sua acompanhante vai pontuando o enredo do filme para ela, identificando personagens, sobretudo o Dr. Bezerra, vivido pelo ator Carlos Vereza.

⁵⁰ Fonte: Diário de observação, 26 de outubro de 2008.

Não é difícil supor que essa espectadora foi assistir ao filme por conta da figura do espiritualista que viveu no século XIX. Nesse caso não é o filme que atrai a espectadora e sim o tema que ele aborda.

Do ponto de vista da utilização da razão como critério de adesão ao filme, o mais comum é o interesse acontecer pela temática do filme. No caso da senhora idosa vista na sessão do filme *Bezerra de Menezes – o diário de um espírito*, é possível que ela seja adepta do espiritualismo, ou que essa característica seja aspecto importante de sua subjetividade e o motivo pelo qual foi ao cinema assistir ao filme.

Na Etapa B, o agente espectador escolheu o filme que vai assistir. Ao chegar ao cinema, diante de tanta oferta em um complexo multiplex, as opções podem ser alteradas pelas mais diferentes razões: horários incompatíveis, o material promocional de outro filme que parece ser mais atraente, os amigos que inesperadamente foram encontrados, a lotação esgotada etc. A convicção do espectador médio em relação ao filme que escolheu costuma ser pouco firme. Na falta do filme anteriormente escolhido, 68% dos espectadores assistiriam a outro filme no mesmo cinema, no caso dos multiplexes⁵¹.

Ao entrar na sala de cinema, o seu comportamento, antes do início da projeção do filme, é aspecto dos mais interessantes, sob o ponto de vista sociológico. Neste momento de espera (em média, dez minutos) que antecede ao início da projeção, acontece de tudo: conversa-se, cochicha-se, namora-se, alimenta-se, brinca-se, encontram-se amigos, fala-se ao celular (por vezes, até mesmo em plena exibição do filme) etc. Tais comportamentos, comedidos ou mais afetados, estão profundamente relacionados a questões prosaicas como educação familiar, personalidade e objetivos ao se escolher determinado filme.

De fato, os agentes, que quase sempre estão em dupla, no caso dos adultos, e em grupo, no caso dos adolescentes, supõem o espaço da sala de exibição como espaço de sociabilidade,

⁵¹ Fonte: Pesquisa “Atributos que influenciam na escolha de cinemas e os hábitos de consumo de seus frequentadores: um estudo de caso no Recife expandido” (Administração/Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, 2008).

às vezes muito intensa. O filme a que se vai assistir é apenas um dos aspectos dessa sociabilidade. Um total de 51,4% dos espectadores do Recife prefere ir ao cinema acompanhado de namorado e/ou companheiro. Aqueles espectadores que freqüentam o cinema no horário das 14 às 17 horas, em sua maioria (55,5%) vai acompanhada da família. Já os espectadores que têm como companhia namorado e / ou companheiro, mais de 70% têm preferência pelo horário das 20 às 23 horas⁵².

O filme exibido na sala de exibição solicita um nível de atenção e concentração durante a projeção que é intrinsecamente distinta do nível de concentração solicitado pela exibição de filme em ambiente doméstico. Na sala de cinema, silêncio é fundamental. Já o entorno da exibição de um filme em ambiente doméstico permanece inalterado: todas as solicitações e demandas cotidianas da vida permanecem e estão presentes para atrapalhar a assistência ao filme (e é normal que assim seja), ao contrário do cinema de exibição pública, onde tudo perturba a concentração dos espectadores.

Durante a projeção do filme, pode ser que tal filme escolhido não seja exatamente o que se esperava. Então, o agente espectador poderá ser surpreendido positiva ou negativamente e:

- Repudiar (ou gostar) de algo que escolheu.
- Repudiar (ou gostar) de algo que o outro agente (seu acompanhante) escolheu.

Neste momento, a adesão (ou rejeição) ao filme tem sempre, embora não conscientemente para o espectador, relação com os aspectos narrativos do filme. Assim:

- A narrativa do filme poderá entretê-lo ou entediá-lo. A identificação e a adesão e a consequente permanência ou saída da sala está fortemente vinculada ao grau de

⁵² Fonte: Pesquisa “Atributos que influenciam na escolha de cinemas e os hábitos de consumo de seus freqüentadores: um estudo de caso no Recife expandido” (Administração/Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, 2008).

narratividade de cada filme. Quanto mais narrativo, mais possibilidade de se conseguir a adesão do espectador.

- A abordagem do filme com relação ao tema pode se chocar com a sua visão de mundo, onde entram em jogo seus valores éticos e morais. Ainda que muito narrativo em sua linguagem, o filme corre o risco de ser rejeitado quando afronta fortemente crenças arraigadas dos espectadores.

Na Etapa C, o agente espectador passou pela experiência subjetiva, individual com o filme, restando agora construir um discurso sobre este. A sua apreciação final vai depender não apenas daquilo que efetivamente presenciou na sala escura, mas também para quem vai verbalizar o seu ponto de vista. Neste momento, os valores culturais nos quais está inserido, a partir de sua posição social, profissional, intelectual, psicológica serão mobilizados, produzindo uma argumentação condizente com a sua visão de mundo.

Aderir a um filme é atitude simbólica que resulta de uma conjunção de significados que dizem respeito aos aspectos subjetivos - individuais e/ou coletivos (grupo social a que pertence) -, conforme já foi observado anteriormente, sendo fundamental nesse processo o contexto social em que o agente está inserido e a classe social a que pertence. A relação entre o mais inocente filme de entretenimento, cujo objetivo é o de (aparentemente) apenas divertir, e o mais despretensioso espectador ao assisti-lo está carregada de significado, da visão de mundo do agente espectador. O filme é caracterizado como mensagem simbólica que o agente será capaz de interpretar segundo sua “realidade”.

Nos anos 1960 essa categorização sobre o espectador era vivamente carregada de significação ideológica, que classificava (e valorava) em termos de uma espectralidade intelectualizada a relação filme - espectador. Um agente de classe média mais bem formado sob o ponto de vista acadêmico e que fosse minimamente engajado politicamente não poderia simplesmente externar a adesão pelo cinema narrativo hollywoodiano como algo normal e corriqueiro, pois apreciar filmes estava vinculado a uma posição político - ideológica, a uma visão de mundo. Mas, nada impedia que, secretamente, apreciasse o

filme de forma velada. A adesão ao filme é aspecto subjetivo, relacionando-se não apenas a aspectos racionais, mas também emocionais.

O processo pelo qual o espectador se identifica ou rejeita o filme é fundado a partir de sua visão de mundo, de sua formação social e cultural, de sua capacidade de atribuir significado a determinados filmes que lhe são destinados pelo pólo da produção do subcampo, que o identifica e categoriza como público-alvo. No entanto, para além do conhecimento acerca da simples atribuição de sentido por parte do espectador, é necessário compreender as razões básicas da adesão e identificação ao filme em questão, definindo porque determinada obra é capaz de mobilizar dado agente, enquanto essa pode nada significar para outro espectador, pertencente ao idêntico grupo social.

A adesão ou a rejeição ao filme é profundamente determinada pelo tipo de agente espectador que se efetivamente é: se um espectador mais ou menos intelectualizado e iniciado no assunto. O princípio da narratividade dos filmes é a base de sustentação da adesão, embora tal referencial não seja explicitamente consciente por parte do espectador (o agente não sabe o que é narratividade, mas será capaz de perceber que “uma história foi bem contada” ou “prende a sua atenção”). Não se pode deixar de notar então que há um caráter de conservadorismo na sua adesão ou rejeição ao filme, partindo do pressuposto que aquele mais narrativo (a forma estabelecida) o “prende” mais. Mas, a abordagem do conteúdo, que definirá uma “mensagem moral” veiculada pelo filme, sobretudo com relação à conclusão (o final) do enredo, é aspecto de relevante definição de seu discurso.

Considerando:

- A identificação / adesão ao filme: além da narratividade e dos valores ético-morais, há o processo de identificação do espectador como um agente da classe média que se reflete nos filmes. No atual estágio do cinema nacional, sobretudo no ciclo da Globo Filmes, o agente da classe média está se percebendo nessas produções.
- A recusa a determinados filmes.

A avaliação posterior sobre o filme nem sempre condiz com a atitude mais intimamente subjetiva adotada quando em sala de cinema assistindo ao filme. É por vezes socialmente problemático admitir não gostar de determinado filme que a crítica indicou como sendo bom ou que os amigos do trabalho apreciaram. O discurso que o agente espectador construirá sobre o filme assistido nascerá de sua relação com esse objeto, ou seja, o discurso nasce não apenas de sua assistência, mas também da relação que foi construída antes, durante e depois de ver o filme. Um exemplo interessante é o caso da adesão de parcelas do público espectador à pornochanchada nacional, durante os anos 1970 e 1980. Para determinados espectadores (homens) poder-se-ia ir aos filmes (sem que a família e os amigos soubessem), e eventualmente ou comumente (não importa) poder-se-ia gostar do filme, mas não seria socialmente desejável, em determinados círculos sociais ou profissionais, dependendo de sua inserção, externar positivamente essa adesão. Talvez apenas para os amigos (outros homens) mais íntimos.

O que é acionado em cada uma das etapas descritas pode ser acionado em outra, não sendo excludentes. No entanto, trata-se de três mecanismos diferentes que atuam em cada uma das três etapas. Em todas, aparecem fortemente os aspectos relacionados ao habitus familiar, escolar, profissional e ao capital cultural do espectador, que são mobilizados no processo de recepção dos filmes.

2.1 A construção do discurso do espectador

A fase primeira da elaboração argumentativa acontece ao nível das informações que leu sobre o filme através de críticas, publicidade e textos promocionais, além de informações repassadas pelos amigos e colegas de trabalho; a segunda pressupõe o ato da assistência propriamente dito, o acesso direto ao “texto” do filme; enquanto a terceira diz respeito à opinião ou ao discurso que resulta desse processo que compreendeu as duas primeiras fases, inclusive.

Neste momento, acontecem as identificações e adesões. O agente gostou muito, relativamente ou pouco. Mas, o discurso não finaliza aí. Numa quarta fase, o agente será

capaz de trocar informações mais uma vez com os amigos, colegas e parentes, eventualmente ler outra vez sobre a obra em questão, para finalmente concluir o discurso. Surgirão então novas representações e sentidos sobre o filme. Até que ele reveja o filme numa outra situação e assim recomeça o processo. Numa revisão, seus posicionamentos poderão ser modificados ou não.

Isoladamente, o nível de formação acadêmica profissional não é, necessariamente, o único aspecto que garante a adesão de um espectador ao filme. Ou seja, não é porque o agente é bem formado, com pós-graduação, que será capaz de aderir a um filme mais elaborado, por exemplo, a exemplo da produção nacional *Lavoura arcaica* (a recepção a este filme é tratada com detalhes mais adiante).

Por outro lado, não é certeza que por sua alta formação acadêmica tal agente rejeitará o filme mais abertamente comercial. É certo que uma sólida formação intelectual contribua para que a percepção e entendimento de um filme se dê pelas suas camadas mais profundas, mas não é garantido que, apesar disso, a adesão ou a identificação mais completa seja efetuada. Neste ponto, há necessidade de se flexibilizar o *habitus* de classe, nos termos de Bourdieu, para que a ação do agente seja compreendida para além da questão das disposições específicas da classe social de pertencimento. Bernard Lahire (2003; 2006) oferece a chave dessa flexibilização das disposições individuais que repercutem no gosto estético e nas práticas culturais.

A consequência mais importante da mistura bastante freqüente de perfis individuais é que, ao contrário do que sustentam muitos discursos públicos (políticos, míticos), os indivíduos não experimentam a distinção entre o legítimo e o ilegítimo apenas como uma fronteira que separa grupos ou classes diferentes (“eles” e “nós”), mas como uma linha de demarcação que diferencia os diversos membros de um mesmo grupo (os julgamentos de “vulgaridade” ou de “nulidade” cultural geralmente referem-se a pessoas socialmente próximas: membros da família restrita ou ampliada, grupos de colegas, companheiros de trabalho, cônjuge, etc.) e como uma linha divisória entre a pessoa e ela própria (os mesmos julgamentos culturais que estigmatizam podem referir-se a uma parte das próprias práticas culturais passadas e presentes), uma linha de clivagem que as atravessa intimamente de um extremo a outro. Assim, a separação do legítimo e do ilegítimo é experimentada eventualmente como uma divisão interna que, em certos casos, pode dar lugar a lutas de si contra si. E é essa internalização ou essa interiorização da oposição, da luta ou do combate que, em última análise, permite a cada um dominar em maior ou

menor medida as diferenças de “legitimidade” ou de “ilegitimidade” (as categorias “nobre” e “vulgar” ...) ... (...)... como categorias de percepção de comportamentos e de bens culturais. (LAHIRE, 2006, p. 571).

É possível que o agente (ou indivíduo, na terminologia de Lahire) intelectual assista ao filme como mero divertimento, e que possa se entediar com aquilo que ele considere intelectualmente muito elaborado - porque exige uma maior reflexão de sua parte para a percepção e entendimento do filme. Seu *habitus* de classe e capital cultural permitem a possibilidade da apreciação, mas é possível que o agente abra mão de tal *back ground* e simplesmente faça a adesão ao filme mais comercial, sem grandes problemas porque percebe o cinema como mero entretenimento.

Todavia, uma situação oposta torna-se mais difícil, ou seja, o agente menos qualificado do ponto de vista acadêmico / intelectual terá certamente mais dificuldade de aderir a algo mais elaborado em termos de narrativa e linguagem. A questão da capacidade cognitiva sobre um filme nesses termos deriva de sua formação educacional e profissional, que lhe poderá oferecer elementos (informações) extras para a contemplação de filme menos óbvio. Então, não se trata apenas de sua capacidade intelectual permitir uma melhor cognição, mais de uma possibilidade de reflexão que é oriunda de formação familiar e escolar: isoladamente ou de uma combinação dos dois *habitus*.

No caso do agente que ocupa uma posição socialmente valorizada sob o ponto de vista intelectual, a manifestação aberta do gosto pode não lhe ser útil profissionalmente, pois se espera de um professor universitário ou de um acadêmico / intelectual que seja reflexivo sobre aquilo que se assiste no cinema. Assim, nos seus círculos profissionais, ele poderá ter receio de verbalizar aos seus pares o gosto por um tipo de filme tido como superficial, afinal está em jogo sua reputação profissional que o coloca numa posição social e intelectualmente privilegiada.

Surgem então duas distinções: tanto no convívio social quanto na vivência profissional espera-se de um intelectual mais adequação a um tipo específico de consumo cultural, mais apropriado ao campo profissional a que pertence. Nesse sentido, além do pertencimento ao

campo, existe a expectativa do desempenho de um dado “papel”, específico do universo social de pertencimento profissional, um papel na dramaturgia social, ao modo de Erving Goffman⁵³. Assim, para este autor (GOFFMAN, 1975) cada agente possui um conhecimento prático de sua posição no espaço social que dirige sua vivência no lugar que se ocupa, definindo, sobretudo, posições e hierarquias, assim como condutas a serem adotadas e praticadas.

No caso do agente intelectual há quase sempre uma expectativa de posicionamento frente às questões culturais, um desempenho que o distingue de outros agentes espectadores, em particular, e de outros agentes sociais, no geral. No entanto, na esfera privada – cônjuge, filhos, talvez amigos mais próximos -, o intelectual terá mais possibilidade de revelar o tal gosto, que muitos sociólogos definiriam, erroneamente, como um “gosto massificado” ou “comportamento de massa”. Isso é especialmente problemático no caso do espectador pertencer ou ter atividades profissionais no campo das ciências sociais e humanas. Espera-se sempre um engajamento mais amadurecido no trato das questões culturais e no consumo de obras artísticas e midiáticas do que os agentes espectadores que mantêm atividades profissionais no campo das ciências exatas ou das ciências biológicas.

No pólo diametralmente oposto, há agentes espectadores que não pertencem a campos profissionais nos quais se espera uma expectativa de comportamento mais erudito com relação ao consumo cultural. Esses agentes são os mais conectados à idéia de consumo cultural de filmes e de frequência ao cinema absolutamente vinculado à questão do entretenimento e diversão, do consumo relacionado ao mero prazer sensorial, não cogitando os aspectos mais intelectivos de absorção e análise de filmes. Assim, assistir a um filme é atividade de prazer muito próxima a jogar um videogame, brincar em parque de diversões, ir à praia ou qualquer outra atividade de lazer, em que os aspectos emocionais e de apelo aos sentidos são mais intensamente mobilizados.

2.2 O local onde se assiste aos filmes

⁵³ Sobre Goffman ver: BOURDIEU, Pierre. Goffman, o descobridor do infinitamente pequeno. In: *Erving Goffman – desbravador do cotidiano*. Édison Gastaldo (org.). porto alegre: Tomo Editorial, 2004. 1. ed.

Assistir a um filme no cinema do *shopping center* é social e culturalmente distinto de assistir a um filme no espaço alternativo do “cinema de arte”. São espaços simbolicamente diversos, sendo a frequência regular a um e a outro parte do estilo de vida. É possível afirmar que esses locais conotam formas de interpretar os filmes, que se traduzam em estilos de vida.

Pierre Bourdieu preconiza que estilo de vida implica em distinção social e expressão da subjetividade. O consumo, no caso, está sendo determinado por um longo processo de socialização, que estabeleceu determinado capital cultural, permitindo ao agente se distinguir e se expressar quando busca assistir aquele filme em certo espaço de exibição. Então, percebe-se uma lógica de distinção sócio-cultural na ação dos agentes que freqüentam espaços alternativos.

As salas alternativas são quase sempre muito diferentes fisicamente das salas convencionais dos cinemas multiplexes. Senão, observe-se que em cinemas de shopping há lanchonetes que vendem pipoca, cachorro quente e refrigerante, a preços altos, enquanto as salas alternativas há cafés, que vendem guloseimas mais elaboradas, como *croissant*, tortas salgadas e doces, chocolates quentes, cafés espumantes etc., quase sempre também a altos preços. Curiosamente, lanchonetes e cafés representam a dimensão do que cada um dos espaços simbolizam, com as primeiras oferecendo refeições *fast food* e descartáveis e que remontam a uma representação clássica do cinema narrativo hollywoodiano (pipoca e refrigerante): o filme e a refeição são práticos, descartáveis. No espaço da sala alternativa, senta-se à mesa e degusta-se com vagar o cardápio, assim como deve ser também com a “degustação dos filmes”: pausada e reflexiva.

Consequentemente, são espaços físicos destinados a tipos específicos de exibição de filmes. Os espaços contam muito sobre como os agentes percebem e significam os filmes. O espaço para filmes fora do grande circuito conota provavelmente um estilo de espectador mais intelectualizado, alternativo ao gosto médio.

Há variados tipos de salas alternativas: desde aquela que exibem filmes postos em reprise depois de cumprir carreira comercial, seja nos espaços de grande circuito (multiplex) ou em salas alternativas (para distribuidores independentes) até os espaços lançadores de filmes que ainda não chegaram (nem vão chegar) ao grande circuito. Este é o caso do Cinema da Fundação, do qual se fala adiante. No primeiro modelo de espaço alternativo, que não é objeto do presente trabalho, é possível notar uma diferenciação no perfil social de quem o frequenta, sobretudo no caso da cidade do Recife onde os cinemas se situam no centro da cidade: um público espectador de menor poder aquisitivo, uma vez que o valor do ingresso é mais barato. Trata-se de espaços subsidiados por organismos públicos de gestão cultural em níveis federal, estadual e municipal, conforme o caso do Cinema do Parque e do Apolo.

O espaço das salas dos multiplexes está na perspectiva e na lógica do cinema como entretenimento da classe média que vai ao *shopping center* e o programa do cinema é um dos aspectos dessa lógica de entretenimento e consumo, que inclui olhar vitrines e freqüentar a praça da alimentação. É um espaço de classe média que inibe a presença de classes economicamente inferiores. A classe média vai ao *shopping*, mas não frequenta os cinemas do centro da cidade.

3 A espetatorialidade alternativa e distintiva

Ao seguir a lógica do subcampo do cinema como vinculada ao campo da indústria cultural, esta tese estabelece uma categorização, a partir da distinção de dois tipos de espetatorialidade nas salas públicas de exibição cinematográfica de cinema, e propõe as seguintes categorizações:

A espetatorialidade convencional, que existe como reflexo do habitus narrativo tanto na produção quanto na recepção, materializada nos espaços de exibição dos complexos de multi-salas dos modernos centros de compras das grandes e médias cidades do mundo. Empresas norte-americanas introduziram o conceito de multiplex, complexos cinematográficos de exibição com número de salas que varia entre seis e 15 (ENCICLOPÉDIA DO CINEMA BRASILEIRO, 2000, p. 224). Essas salas exibem filmes cujo público-alvo são crianças e adolescentes na faixa etária de 12 a 19 anos e que chegam ao Brasil apoiados por amplas campanhas de marketing e publicidade. O conceito de sala de cinema, como espaço de entretenimento social, altera-se uma vez que essas grandes estruturas de salas de exibição, existentes fundamentalmente em grandes centros comerciais, passam a oferecer vantagens ao espectador, melhorando consideravelmente o nível técnico de imagem e som. A cadeia exibidora líder de público (27,9% do mercado), renda e número de salas (358), no Brasil, é a Cinemark. O segundo lugar em número de salas pertence à empresa Cinemas São Luiz (que faz parte do Grupo Severiano Ribeiro), com 137 salas. A terceira posição é da UCI, com 121 salas⁵⁴.

A espetatorialidade alternativa ou distintiva diz respeito àquele consumo de filmes restrito às pequenas salas de cinema públicas ou privadas, que se propõem a exhibir os filmes que não se encontram presentes nos espaços de exibição nas salas de cinema convencionais dos centros de compras. São salas ditas alternativas, nomeadas erroneamente pelo senso comum como “cinemas de arte”, como se verá mais adiante.

⁵⁴ Fonte: Database Brasil 2007 (Portal Filme B).

Aqui se discute a espetatorialidade distinta ou distintiva, a partir da experiência de espaços alternativos de exibição de filmes, a exemplo do Cinema da Fundação, organismo pertencente à Fundação Joaquim Nabuco, instituição pública federal. Nesta estruturação, o Estado exerce o papel de agenciador de formação de platéia, permitindo que segmentos de agentes espectadores possam ter contato com filmes nacionais ou estrangeiros (europeus, asiáticos, africanos, e até norte-americanos não propriamente hollywoodianos), que têm dificuldade de exibição nas salas tradicionais. Estas salas não se confundem com cineclubes porque objetivam o lançamento de filmes ainda não exibidos e não a reprise de filmes considerados como “de arte”, embora eventualmente, pelo caráter de “formação de platéia”, possam ter objetivos paralelos de servir como espaço para cineclubes e exibição de filmes clássicos de vanguarda.

Segundo a pesquisa “Atributos que influenciam na escolha de cinemas e os hábitos de consumo de seus freqüentadores: um estudo de caso no Recife expandido” (Administração/Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, 2008), são altos os percentuais de espectadores que não conhecem as principais salas alternativas do Grande Recife: 71,7% dos espectadores entrevistados nunca foram ao Cinema da Fundação; 79,8% nunca visitaram o Cineteatro Apolo; e 58,6% jamais assistiram a filmes no Cineteatro do Parque. A mesma pesquisa indica uma realidade oposta, quando se trata da espetatorialidade convencional: apenas 9,6% nunca foram aos cinemas multiplex do Shopping Recife.

Assim, a formação de platéia é vista como ação de política cultural cujo objetivo maior é permitir a inserção de títulos cinematográficos fora do grande circuito, complementando, deste modo, o papel tríplice que se reivindica do Estado nacional latino-americano no subcampo do cinema. Ou seja, deste atuar não apenas no incentivo da produção e distribuição, mas também na criação de espaços de exibição que possibilitem o escoamento da produção alijada do mercado comercial, contemplando o que se denomina de pólo da exibição e do consumo de filmes.

Ainda que não deseje, com isso, o Estado e as eventuais salas de exibição da iniciativa privada com características de alternativos terminam por criar no interior do subcampo do

cinema outro espaço: o do cinema alternativo, que possui lógica própria de legitimação, que não o sucesso comercial estatístico das bilheterias. Ao contrário do cinema comercial, este espaço alternativo valoriza, ainda que indiretamente, o capital artístico como referência. Um filme exibido em espaços alternativos pode assim ser considerado em razão de sua linguagem / narrativa, que escapa ao padrão hegemônico do *habitus* narrativo. Também poderá simplesmente ser nomeado de alternativo em virtude de sua não inserção no mercado comercial, embora eventualmente seja um filme convencional em sua narrativa. Portanto, o alternativo poderá contemplar as questões de linguagem e / ou apenas o estritamente não-mercadológico.

Nos espaços alternativos do subcampo do cinema, a legitimação social dos filmes em exibição e de seus agentes cineastas se dá, como observado anteriormente, pelo capital artístico e não pelo capital econômico. É por isso que possui espaço próprio e público espectador diferenciado. Além disso, o cinema alternativo é igualmente o espaço da valorização dos agentes que trabalham com a crítica cinematográfica, sendo um espaço mais próximo do campo da arte e dos processos internos deste, uma vez que o cinema comercial se vincula mais ao campo da indústria cultural. Em virtude disso, no espaço alternativo, reivindica-se um valor “superior” (artisticamente falando e não em termos de números de bilheteria) na escala de status social que organiza as relações internas no subcampo do cinema. Consequentemente, os agentes espectadores procuram agregar estes valores ao escolher os espaços alternativos como locais de prática cultural espectral.

Em 2007⁵⁵, o circuito alternativo brasileiro englobava 160 salas (161 em 2006 e 157 em 2005). São Paulo lidera o *ranking* com 38 salas, enquanto o Rio de Janeiro aparece com 37 e Brasília possui 23 salas. Entre os exibidores alternativos, o grupo Espaço de Cinema lidera com 53 salas distribuídas por vários Estados do Brasil, incluindo as 28 salas dos complexos da marca Arteplex, que exibem programação mista, composta por títulos alternativos e outros de apelo mais comercial. Em seguida vem o Grupo Estação, com salas em Minas Gerais, São Paulo e, principalmente, no Rio de Janeiro. Pernambuco possui

⁵⁵ Fonte: Database Brasil 2007 (Portal FILME B).

apenas três salas alternativas (Cinema da Fundação, Cineteatro do Parque e Cineteatro Apolo).

3.1 A formação de plateia como política cultural⁵⁶

Teixeira Coelho (2004) defende a tese de que o conceito de política cultural deve abranger um conjunto articulado de ações diversas, que contemplem a produção, distribuição e exibição do bem cultural. Para o autor, a indústria cultural se equipara a qualquer outro sistema de produção, uma vez que é capaz de criar uma economia da cultura, melhorando a qualidade de vida da população, que terá acesso mais democratizado ao bem cultural, bem como a geração de empregos nos setores envolvidos com a produção cultural audiovisual.

Segundo Néstor García Canclini (1995, p. 114), a política cultural democrática objetiva atender a todo tipo de demanda por cultura, respeitando diversidades e necessidades de cada grupo social, além de incluir no escopo de sua aplicação as artes populares e mais tradicionais bem como a produção midiática, pois estas são responsáveis pela mediação das identidades culturais em níveis locais, nacionais e transnacionais: “As políticas culturais mais democráticas e mais populares não são necessariamente as que oferecem espetáculos e mensagens que cheguem à maioria, mas as que levam em conta a variedade de necessidades e demandas da população”.

As políticas culturais dizem respeito igualmente a uma forma de contraposição à hegemonia do produto cultural norte-americano nos mercados da América Latina. Canclini defende a idéia de que a admissão tácita da indústria cinematográfica norte-americana como discurso hegemônico é uma negação da multiculturalidade. Para o autor, somente a diversidade na oferta de espetáculos cinematográficos será capaz de reverter a tendência à americanização dos espectadores no mundo globalizado:

Quanto à chamada “americanização” de todo o planeta, é inegável que um setor vasto da produção, distribuição e exibição audiovisual seja propriedade de corporações dos Estados Unidos ou se dedica a difundir seus produtos: filmes de *Hollywood* e programas televisivos estadunidenses são distribuídos por empresas desse país em cadeia de

⁵⁶ Ver AMORIM, Augusto. *Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual - A experiência do Cinema da Fundação*. Cadernos de Estudos Sociais (FUNDAJ), v. 21, p. 7-22, 2005.

cinemas e circuitos televisivos, em que o capital predominante é norte-americano ou associado a empresas japonesas ou alemãs que favorecem o cinema de língua inglesa. (CANCLINI, 2003, p.30).

George Yudice (YUDICE, 2004, p.37) afirma que representantes da indústria cultural norte-americana defendem em fóruns internacionais de comércio que o bem audiovisual deve ser tratado como produto qualquer, sem necessidade de protecionismo. No entanto, na Europa, sobretudo na França, o cinema é compreendido no âmbito da Exceção Cultural, devendo o produto nacional francês ser protegido da livre concorrência. Este país criou leis que protegem a produção, a distribuição e a exibição do produto considerado nacional, argumentando que o cinema é aspecto de fundamental relevância para a definição da identidade cultural francesa. Por isso, não devem ser submetidos às livres regras do mercado.

Definida como opção política e política pública do Estado / governo francês, a Exceção Cultural define que o bem audiovisual nacional deve ser tratado de forma distinta, sendo protegido por leis que regulam fortemente a produção, distribuição e exibição dos filmes franceses em território nacional, permitindo a existência de uma indústria cinematográfica nacional na França em face da forte presença da indústria do cinema hollywoodiano nas salas de exibição francesa. O tratamento diferenciado não serve apenas para salvaguardar o emprego dos técnicos e artistas franceses, que com as leis e os fundos de incentivos criados serão capazes de manter em atividade um setor da economia cultural local. A questão filosófica que fundamenta a necessidade de tal política protecionista é a de que os agentes espectadores franceses precisam se identificar com os conteúdos e temáticas culturais relativas a seu país abordadas pelos diversos filmes que anualmente são produzidos.

Pierre Bourdieu (1999) se posiciona favorável à Exceção Cultural, em palestra apresentada na reunião anual do Conselho Internacional do Museu da Televisão e do Rádio (sediado em Nova York) e posteriormente publicada na imprensa francesa⁵⁷. Entre os presentes muitos executivos e dirigentes de conglomerados de comunicação transnacionais. Em sua fala, que

⁵⁷ Ver Bourdieu, Pierre. In: *Questions aux vrais maîtres du monde*, publicado em *l' Humanité* (13/10/1999); *Libération* (13/10/1999); e *Le Monde* (14/10/1999).

abriu os debates, o sociólogo francês explicou as razões pelas quais defende a existência de uma política cultural nos campos da arte e da indústria cultural, argumentando a partir de fundamentações teóricas e filosóficas empreendidas nos campos da história da arte e da sociologia da arte.

Como disse Gombrich⁵⁸, quando as "condições ecológicas da arte" são destruídas, a arte e a cultura não demoram a morrer. Como prova, eu poderia me contentar em citar o que ocorreu ao cinema italiano, que foi um dos melhores do mundo e que só sobrevive graças a um punhado de cineastas, ou do cinema alemão, ou do cinema da Europa do Leste. Ou a crise que sofre em toda parte o cinema de autor, principalmente por falta de circuitos de difusão. Sem falar na censura que os distribuidores de filmes podem impor a certos filmes (BOURDIEU, 1999).

Mais adiante, o autor destaca a importância da formação intelectual do público por meio das obras cinematográficas:

Da mesma forma, para ter um cinema de autor foi preciso todo um universo social, pequenas salas e cinematecas que projetam filmes clássicos e são frequentadas por estudantes, cineclubes animados por professores de filosofia, cinéfilos formados pela frequência a essas salas, críticos abalizados que escrevem nos "Cahiers du Cinéma", cineastas que aprenderam a profissão assistindo a filmes sobre os quais se informavam nesses "Cahiers", em suma, todo um ambiente social no qual certo cinema tem valor, é reconhecido. (BOURDIEU, 1999).

Pierre Bourdieu critica então a existência de apenas um padrão comercial no cinema, pois percebe nessa hegemonia a eliminação de campos sociais necessários à evolução do desenvolvimento humano:

São esses universos sociais que hoje estão ameaçados pela irrupção do cinema comercial e a dominação dos grandes distribuidores e, com eles, os produtores, salvo quando eles mesmos se encontram num processo de involução; eles são palco de um retrocesso, da obra para o produto, do autor para o engenheiro ou o técnico que utiliza recursos técnicos, os efeitos especiais, e de estrelas, todos extremamente dispendiosos, para manipular ou satisfazer as pulsões básicas do espectador (com frequência previstas pelas pesquisas de outros técnicos, os especialistas em marketing). (BOURDIEU, 1999).

No texto, o sociólogo se coloca abertamente político ao situar a França e Paris como pólos difusores da cultura ocidental moderna:

⁵⁸ Sobre o autor citado por Bourdieu: Gombrich, Ernst Hans, ver *A história da arte*, 16 ed., 2000, LTC, 688 p.; *Arte e ilusão*, 1 ed., 2007, WMF Martins Fontes, 386p.; *Meditations on a hobby horse and other essays on the theory of art*, 1 ed., 1994, Phaidon, 2006.

Os produtos kitsch da "globalização" comercial, a dos jeans, da Coca-Cola ou do seriado, ou a do filme comercial de grande orçamento e efeitos especiais, ou ainda a da "world fiction", cujos autores podem ser italianos ou ingleses, se opõem em todos os aspectos aos produtos da internacional literária, artística e cinematográfica, cujo centro está em toda parte e em lugar nenhum, embora tenha sido por muito tempo e talvez ainda seja Paris, lugar de uma tradição nacional de internacionalismo artístico, ao mesmo tempo em que Londres e Nova York....(...)...também numerosos cineastas contemporâneos não existiriam como existem sem essa internacional literária, artística e cinematográfica cuja sede social é Paris...(...)...Em certo sentido, poder-se-ia dizer que tentei perpetuar aqui, muito modestamente, mas muito fielmente, a tradição inaugurada por Michelangelo, de distância em relação aos poderes e, muito especialmente, desses novos poderes que são as potências conjugadas do dinheiro e da mídia. (BOURDIEU, 1999).

3.2 O Cinema da Fundação como espaço da espetatorialidade distintiva⁵⁹

Quando surgiu em maio de 1998, o Cinema da Fundação passou a integrar, no Recife, um restrito circuito de exibição de filmes alternativos, ou seja, filmes que se encontravam alijados do grande circuito de distribuição e exibição comercial do subcampo do cinema. O mercado cinematográfico da cidade estava dominado basicamente por uma cadeia de exibição especializada em lançar filmes de grande apelo comercial. Como cenário alternativo havia, na prática, apenas a chamada “sessão de arte” mantida por essa grande cadeia exibidora entre os anos de 1995 a 1998, com três sessões semanais de um mesmo filme que, normalmente europeu, não encontrava espaço nas sessões diárias dos cinemas da empresa. Assim, a chamada sessão de arte estava restrita à última sessão das sextas-feiras e segundas-feiras, e aos sábados pela manhã, nas salas em que os filmes em exibição comercial normal não apresentavam grande público.

Para efeitos conceituais e teórico-didáticos, o autor desta tese distingue “sessão de arte”, “cineclube” e “cinema alternativo” como espécies diferenciadas do gênero

⁵⁹ Trabalho relacionado foi apresentado em: AMORIM, Augusto. *Valoração cultural e distinção social nas práticas do espectador de cinema*. In: XIII Congresso Brasileiro de Sociologia, 2007, Recife - PE. Campinas - SP: Sociedade Brasileira de Sociologia, 2007, apresentando resultados quantitativos de pesquisa aleatória e não-probabilística com aplicação de questionários para 300 espectadores do Cinema da Fundação, coordenada pelo autor desta tese, na Fundação Joaquim Nabuco (FUNDAJ) foi realizada em 2005, intitulada “Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual - A experiência do Cinema da Fundação”, que resultou em textos publicados em revistas científicas e anais de congresso.

espectatorialidade alternativa ou distintiva, embora, obviamente, tenham filosoficamente o mesmo objetivo geral, mantendo, entretanto, particularidades nas suas práticas cotidianas, e consequentemente reunindo tipos distintos de espectadores. O cineclube é um ambiente de formação de plateia em voga nos anos 1960 e que parece estar voltando, ajudado pela era tecnológica da internet. Mais do que simplesmente exibir o filme, o cineclube vai além ao debater o filme, caracterizando-se como um ambiente de formação do cinéfilo, mais do que simplesmente um agente espectador. Mesmo sob o ponto de vista do espectador, o espaço não pode ser observado como cineclube, pois:

- Apenas 25,7% de seus espectadores frequentavam o espaço desde a abertura em 1998;
- Somente 20,3% o frequentam apenas uma vez por semana⁶⁰.

A iniciativa da Fundação Joaquim Nabuco (FUNDAJ), instituição pública federal, de criar uma sala de exibição para o lançamento de filmes alternativos surgiu na contra corrente de um tempo de quase ausência do Estado no segmento cultural. Tratava-se de uma ação oriunda de um organismo público que, de alguma forma, interferia no mercado de exibição, quase que completamente dominado pela iniciativa privada. No entanto, a formulação do Cinema da Fundação bem como o seu uso e destinação partiram de deliberação interna da Fundação Joaquim Nabuco e não do Ministério da Educação, ao qual a instituição é vinculada, ou do Ministério da Cultura, em virtude das questões de afinidade de atuação.

Em junho de 1998, o Cineteatro José Carlos Cavalcanti Borges, parte de um dos prédios que compõem a FUNDAJ e que durante as décadas de 1980 e 1990 servia conjuntamente às apresentações teatrais e exibições de filmes, normalmente reprises de clássicos do cinema, assemelhando-se a um cineclube, foi transformado em espaço de exibição de filmes alijados do circuito comercial, com foco nos lançamentos mais recentes da cinematografia mundial.

Com relação à origem dos filmes, a posição dos agentes gestores do espaço (Silvana

⁶⁰ Fonte: Pesquisa “Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual - A experiência do Cinema da Fundação” (FUNDAJ, 2005).

Meireles e Kleber Mendonça Filho) era a de não privilegiar qualquer nacionalidade. A orientação proposta destacava os títulos relevantes das cinematografias nacionais contemporâneas cujos filmes não são contemplados pela exibição no grande circuito.

A questão da pouca visibilidade que os filmes não oriundos da indústria cinematográfica norte-americana têm juntamente ao público espectador brasileiro e, em especial, pernambucano, gera situações no mínimo estranhas. Senão, vejamos: é possível assistir a um filme comercialmente convencional oriundo de qualquer país europeu de tradição autoral em sua cinematografia (a França, por exemplo) em espaços de exibição alternativos, como o Cinema da Fundação, simplesmente pelo fato de que foram produzidos fora de Hollywood, embora com narrativas e linguagem absolutamente hollywoodiana. Ou seja, um filme comercialmente bem-sucedido não hollywoodiano em seu país de origem é um indicador de que o seu mercado original é suficientemente estruturado para lançar seus próprios *blockbusters* em outros países.

Teoricamente, isso seria uma concorrência ao produto hollywoodiano, pois se trata de filme atrelado à formulação estética hegemônica, que, com tranqüilidade, poderia caber em uma das salas de exibição do *shopping center*, mas o habitus narrativo hollywoodiano do subcampo do cinema no Brasil não percebe tal situação dessa forma. Quer dizer: não importa se o filme francês comercialmente bem-sucedido é sucesso em seu país de origem, uma vez que, ao ser exportado para o Brasil, essa produção ficará restrita, em termos de exibição, aos espaços alternativos como o Cinema da Fundação ou as ditas sessões de arte, simplesmente por ser um “filme francês”.

É fato que, contemporaneamente, os diversos cinemas europeus estão enquadrados ao padrão comercial transnacional que domina o subcampo do cinema, não se restringindo à idéia de “cinema de autor”. Como ilustração, a produção francesa *Bienvenue chez les ch'tis* (Dany Boon, 2008) tornou-se o filme mais visto pelo público da França, internamente, estabelecendo um recorde na história do cinema francês de 20 milhões de espectadores. No entanto, a barreira que distingue filmes norte-americanos do resto da produção internacional é ainda fortemente valorada pelos agentes do subcampo cinematográfico - dos proprietários de cinema aos espectadores.

Curiosamente, confirma-se a hipótese que, na história da indústria cinematográfica, há dois tipos de distinções: primeiro, a narrativa hollywoodiana e a narrativa não-hollywoodiana; e, segundo, a produção norte-americana e a produção não norte-americana. Esta segunda distinção faz com que filmes convencionais europeus ou latino-americanos (ou brasileiros) estejam, ainda, em boa parte, relegados às tais “sessões de arte”. “Esse seria o papel do setor público e nós só poderíamos formar gerações ou pensar num cinema consolidado se tivéssemos uma boa programação”. (MEIRELES, 2005).

Para cumprir os objetivos e as metas pensadas para o Cinema da Fundação foi preciso negociar com as pequenas distribuidoras do Brasil interessadas em encontrar espaço, no Norte-Nordeste, para os filmes considerados mais “artísticos” e que até então ficavam fora da exibição nessa região. Os anos de 1998 a 2001 marcaram a fase primeira quando o espaço, ainda não conhecido pela comunidade de espectadores locais, lutava para se firmar como sala de exibição alternativa, com a consolidação, inclusive, da marca Cinema da Fundação, um nome de melhor assimilação por parte do público espectador do que o oficial. Nos três primeiros anos, havia pouco público, média de 150 pessoas por semana⁶¹. Em 2001, com melhor divulgação, que incluiu ações de marketing e publicidade, o número de espectadores aumentou.

Entre junho de 1998 e o final de 2002, o público do Cinema da Fundação quase octuplicou, passando de 7.955 no ano de 1998 para 55.242 em 2002⁶². Houve casos de filmes que foram lançados no Recife pelo Cinema da Fundação e depois relançados em cinemas tradicionais, como *Buena Vista Social Clube* (Wim Wenders, 1999), tal a repercussão que inicialmente obtiveram no espaço alternativo. Atualmente, o Cinema da Fundação é uma ação cultural consolidada no mercado de exibição da cidade do Recife, principalmente depois de reforma que aprimorou o espaço físico, com cadeiras de melhor qualidade, inserção de um *lounge* com café na ante-sala do cinema e, principalmente, aparato tecnológico para a exibição de melhor qualidade técnica, inclusive digital.

⁶¹ Fonte: Diretoria de cultura da Fundação Joaquim Nabuco (FUNDAJ, 2005).

⁶² Fonte: Diretoria de cultura da Fundação Joaquim Nabuco (FUNDAJ, 2005).

Números que comprovam a eficácia e a eficiência do Cinema da Fundação entre os espectadores:

- Percentual de 96,7% dos espectadores entrevistados considerou a programação da sala entre boa e ótima;
- Total de 48,3% afirmou que depois de assistir aos filmes exibidos no Cinema da Fundação, o seu gosto por cinema ficou mais exigente;
- Percentual de 70,3% considerou que os filmes exibidos no CF são melhores do que a programação convencional dos outros cinemas;
- Total de 85,3% afirmou uma sala de cinema mantida pelo poder público deve exibir filmes diferenciados daqueles exibidos pelos cinemas de iniciativa privada⁶³.

Kleber Mendonça (2005) considera que a formação de plateia desenvolvida pelo espaço alternativo é uma visão que se opõe radicalmente à realidade das grandes cadeias de exibição, que logo retiram o filme de cartaz, no período de uma semana e até menos, caso não haja o retorno financeiro esperado: “Eles mesmos não formaram um público que entenda um filme mais incomum. Então não exibem porque não formaram o público e porque não formaram o público, não exibem”.

O valor do ingresso do Cinema da Fundação, desde o seu início, esteve sempre muito abaixo do preço praticado pelos cinemas multiplexes. Em outubro de 2009, este valor era: inteira, R\$ 8,00 (oito reais); meia R\$ 4,00 (quatro reais). Dentre os aspectos que restringem a frequência dos espectadores ao cinema está o preço do ingresso, “que é percebido como caro”. Além disso, as promoções de ingresso mais barato no meio da semana são inacessíveis a quem trabalha. Junte-se a isso outro agravante: o hábito brasileiro de ir ao cinema acompanhado de namorada ou esposa ou filhos etc. Para uma classe média menos abastada, “o ingresso a R\$15,00 até R\$18,00 é também caro”.⁶⁴

⁶³ Fonte: Pesquisa quantitativa “Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual - A experiência do Cinema da Fundação” (FUNDAJ, 2005).

⁶⁴ Fonte: “Projeto Cinema Estudo Qualitativo” (Instituto Datafolha / Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do Município do Rio de Janeiro, 2008).

O público do Cinema da Fundação é bastante caracterizado por duas faixas etárias, de acordo com o perfil do filme que é exibido. De um modo geral, filmes europeus e/ou asiáticos de diretores como Lars Von Trier e Wong Kar-Wai, respectivamente, que são intensamente promovidos por agentes da crítica especializada, tendem a atrair grande número de jovens, especialmente aqueles estudantes das áreas de ciências humanas e sociais, sobretudo os do curso de Comunicação Social. Entre os entrevistados, 44% estão na faixa etária até 25 anos; 32% se situam entre os 26 e 40 anos; enquanto 24% têm mais de 40 anos. Do total, 64,7% estudam ou trabalham em cursos e atividades ligados às ciências humanas; 12% são oriundos das ciências exatas; apenas 6% pertencem às atividades das ciências biológicas, enquanto 17,3% não responderam a que áreas pertenciam⁶⁵.

Por outro lado, filmes franceses, que têm no Cinema da Fundação um dos poucos espaços de exibição no Recife, costumam atrair um público de uma faixa etária acima dos 50 anos, quando não um público espectador de segmento ainda mais maduro, certamente reflexo do tempo – anos de *nouvelle vague* –, em que o cinema francês gozava de grande prestígio intelectual. É natural que pessoas nessa faixa etária guardem tal memória, identificando-o naturalmente como “cinema de arte”, representação que perdura no imaginário dos espectadores a respeito do cinema francês.

Alguns dados apontados pela pesquisa quantitativa com os espectadores do Cinema da Fundação indicam uma determinada configuração espectral que ora se aproxima de um perfil mais relacionado à espectralidade das salas convencionais ora se afasta desse padrão. Em tese, tal distinção não é tão determinada ou fixa porque é de supor que em sendo uma pesquisa aleatória o público espectador entrevistado tanto frequenta o espaço alternativo quanto o espaço convencional.

Dessa maneira, é esperado que 81,3% dos entrevistados afirmem que a prática cultural de ir ao cinema não seja identificada apenas como atividade de lazer e entretenimento, mas também como forte indicador do objetivo de formar platéia, que apresenta relação direta

⁶⁵ Fonte: Pesquisa quantitativa “Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual - A experiência do Cinema da Fundação” (FUNDAJ, 2005).

com a construção de novas disposições individuais e coletivas para a recepção de filmes. Assim, assistir a um filme é percebido também como uma atividade intelectual. A distinção entre lazer e atividade intelectual é, sobretudo no caso do subcampo do cinema, uma questão fundamental: por um lado, o cinema como expressão da indústria cultural, por sua vez identificada com o consumo cultural mais digestivo e palatável, associado a lazer e diversão; por outro, o cinema como influência de campos distintos (artístico, produção cultural erudita), demanda que teoricamente o espaço do Cinema da Fundação procura atender.

Outro dado substancial que aponta para um tipo alternativo de espetatorialidade revela que 90,3% do conjunto dos espectadores do Cinema da Fundação afirmam não se importar com os finais dos filmes, ou seja, a conclusão dos enredos, importando muito mais o filme como um todo. Isso é um aspecto bastante considerável posto que tradicionalmente os espectadores de cinema atribuem significativa importância à maneira como as narrativas finalizam.

Não é à-toa que tal preocupação reflète a maneira como Hollywood sempre percebeu a recepção do público aos filmes. Antes de o filme entrar em circuito comercial, sessões privadas para espectadores comuns, conhecidas como “teste”, são realizadas, com o objetivo de perceber a reação da plateia. Uma má receptividade a determinado aspecto do filme (duração do tempo, nível de compreensão, nível da ação, conclusão do enredo etc.) são levados em consideração, podendo definir uma remontagem ou até refilmagem de parte do filme.

Curiosamente, este desprendimento em relação ao final do filme não corresponde ao filme como um todo, pois 75% garantem que o aspecto mais importante para a adesão ao filme é o enredo. Segundo a pesquisa “Atributos que influenciam na escolha de cinemas e os hábitos de consumo de seus frequentadores: um estudo de caso no Recife expandido” (UFPE, 2008), 72% dos espectadores definem a sinopse (enredo) como fator principal para a escolha do filme a ser assistido. Esta é a base do princípio da narratividade, e por isso aspecto que mobiliza muito fortemente a adesão dos espectadores. Tal percentual mais ou

menos alinha espectadores de espaços alternativos àqueles dos espaços convencionais, cujo interesse é sempre em direção aos aspectos mais narrativos (enredo, ação etc). O apego ao enredo apresenta seu complemento quanto ao gênero. O drama é o gênero cinematográfico⁶⁶ por excelência da preferência dos espectadores do Cinema da Fundação, com uma adesão de 49,3%.

No questionário aplicado aos 300 espectadores estava relacionado um conjunto de dez filmes, cinco deles grandes sucessos comerciais do cinema norte-americano, exibidos no circuito comercial convencional, e cinco outros títulos de diversas nacionalidades, exibidos no Cinema da Fundação. Solicitou-se que fossem atribuídas notas de zero a dez a cada um dos filmes. Os resultados confirmam que, embora os filmes hollywoodianos fossem os mais vistos pelo conjunto dos 300 espectadores, as maiores médias foram atribuídas aos filmes menos vistos, exibidos no espaço alternativo do Cinema da Fundação.

⁶⁶ Um universo de 90,2% dos espectadores definiram o gênero do filme como o fator que mais influencia na decisão de assistir a um filme no cinema. Fonte: Pesquisa “Atributos que influenciam na escolha de cinemas e os hábitos de consumo de seus frequentadores: um estudo de caso no Recife expandido” (Administração/Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, 2008).

QUADRO 8 Ranking dos filmes mais vistos pelos entrevistados – inclui os exibidos no Cinema da Fundação e em outras salas (apenas os títulos marcados em negrito foram exibidos no Cinema da Fundação)

1. *Gladiador* (251 espectadores ou 83,6% do total de 300)
2. *Uma mente brilhante* (226 espectadores ou 75,5% do total de 300)
3. ***Dogville*** (222 espectadores ou 74,0% do total de 300)
4. *O Senhor dos anéis – O retorno do rei* (203 espectadores ou 67,6% do total de 300)
5. *Menina de ouro* (181 espectadores ou 60,3% do total de 300)
6. ***Buena Vista Social Club*** (169 espectadores ou 56,3% do total de 300)
7. ***Dançando no escuro*** (158 espectadores ou 52,6% do total de 300)
8. *Chicago* (153 espectadores ou 51,0% do total de 300)
9. ***Lavoura arcaica*** (101 espectadores ou 33,6% do total de 300)
10. ***Amor à flor da pele*** (83 espectadores ou 27,6% do total de 300).

Fonte: Pesquisa quantitativa “Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual - A experiência do Cinema da Fundação” (FUNDAJ, 2005).

Os filmes classificados na lista dos mais vistos, na primeira, segunda, quarta, quinta e oitava colocação são filmes mais alinhados ao perfil de filmes que costumam ter exibição garantida no grande circuito, ou porque são produções de fortes características comerciais (adesão por parte do público) ou porque são filmes exibidos depois de forte aparato de marketing e publicidade, ou ainda por ambos os casos. Esses cinco filmes são todos vencedores do Oscar de melhor filme entre os anos de 2000 e 2004.

Os outros cinco filmes exibidos no Cinema da Fundação são respectivamente:

- Uma produção transnacional (caso de *Dogville*, falado em língua inglesa com atores norte-americanos e dirigido por um dinamarquês);
- *Buena Vista Social Club* (europeu, mas que narra uma realidade cultural cubana);
- *Dançando no escuro* (também multinacional europeu, falado em inglês, dirigido pelo mesmo Lars Von Trier, de *Dogville*, e estrelado por Björk, uma cantora islandesa alternativa);

- *Lavoura arcaica* (Luiz Fernando Carvalho, 2001) é filme brasileiro fora de padrões comerciais (longo, muito dialogado, ritmo lento, ênfase na fotografia e montagem - uma obra-prima indiscutível para os críticos de cinema, mas pouco vista).
- Por fim, o filme asiático *Amor à flor da pele*, também considerado obra-prima para públicos especiais, igualmente visto por poucos espectadores e, como *Lavoura arcaica*, lento, com ênfase na fotografia e montagem.

QUADRO 9 Ranking dos filmes por notas atribuídas pelos entrevistados (apenas os títulos marcados com asteriscos foram exibidos no Cinema da Fundação)

1. * *Dogville* – 8,83
2. * *Buena Vista Social Club* – 8,65
3. * *Dançando no escuro* – 8,63
4. *Menina de ouro* – 8,18
5. * *Lavoura arcaica* – 8,11
6. * *Amor à flor da pele* – 8,04
7. *Uma mente brilhante* – 8,01
8. *O Senhor dos anéis – o retorno do rei* – 7,45
9. *Chicago* – 7,18
10. *Gladiador* – 6,96

Fonte: Pesquisa quantitativa “Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual - A experiência do Cinema da Fundação” (FUNDAJ, 2005).

Os filmes que alcançaram as melhores pontuações nas notas atribuídas pelos espectadores são exatamente os filmes não-norte-americanos (na primeira, segunda, terceira, quinta e sexta colocações, da segunda lista), enquanto que as produções dos EUA - vencedores do Oscar - ficaram com as quatro últimas classificações (apenas *Menina de ouro*, de Clint Eastwood, na verdade um cineasta com pouco apego ao “espetacularismo” das produções norte-americanas, alcançou um quarto lugar, acima de *Lavoura arcaica* e *Amor à flor da pele*, os dois filmes não-norte-americanos que tiveram pouca permanência em cartaz no Cinema da Fundação).

A análise das notas atribuídas aos filmes pelos espectadores entrevistados aponta que o espectador percebe o Cinema da Fundação como espaço distinto de exibição de filmes

alternativos considerados de qualidade, e demonstram real interesse em conhecer outras visões sobre cinema, pois identificam o valor do produto cinematográfico que prima pela linguagem e narrativa diferenciadas do modelo narrativo hollywoodiano, demonstrando interesse em conhecer outras culturas e tradições cinematográficas.

Não parece adequado pensar os resultados das notas atribuídas numa outra direção, qual seja aquela de que as altas notas dadas pelo espectador poderiam indicar uma clara preocupação dele em qualificar positivamente os filmes exibidos no espaço que ora estavam freqüentados e no qual estavam sendo entrevistados. Assim, poderiam estar tímidos em atribuir altas notas à produção comercial exibida pelo multiplex, sugerindo uma clara preocupação em não parecer ao entrevistador / es (estudantes universitários) um “espectador comum”.

No item do questionário relativo às notas atribuídas aos filmes não constava que o filme X ou Y foi exibido no espaço da FUNDAJ ou no multiplex. Os filmes foram listados em ordem alfabética. Somente o espectador entrevistado detinha a informação onde o filme fora originalmente exibido. Ao considerar certas lógicas de distinção social, que impõe aos agentes a necessidade e / ou desejo de se posicionar no topo de uma escala de valores intelectuais ditos superiores (ou seja, tornar-se um espectador de cinema bem qualificado), considera-se que, na experiência espectral do Cinema da Fundação, a distinção pela via do capital cultural / intelectual é de fato operada.

No entanto, a ideia de distinção social em relação à recepção de filmes, materializada no espaço do Cinema da Fundação, mostra-se quase elitista no que concerne a possibilidade de acontecer efetivamente uma formação de plateia apenas pela via singular do espaço restrito de exibição. Isto ocorre porque o cinema comercial, com a sua ampla estrutura de exibição conforma, o habitus da recepção. É uma luta desigual, dadas as proporções da atuação de cada uma dessas estruturas. Se o espaço alternativo tem o objetivo institucional de formar plateia, é o espaço convencional que efetivamente faz esse serviço, restando ao alternativo desenvolver seus propósitos com um pequeno número de espectadores.

PARTE V
A RECEPÇÃO AO CINEMA BRASILEIRO DA RETOMADA

1 Espectadores e a produção contemporânea do subcampo

A retomada do cinema brasileiro, a partir de 1995, possibilitou que, de um modo geral, os espectadores paulatinamente modificassem determinada percepção sobre os filmes brasileiros, fundamentada na tradição das quatro últimas décadas, que se remete, por um lado, aos filmes eróticos e à pornochanchada, por outro, ao cinema de linguagem hermética e incompreensível, legado do cinema novo. Tais percepções subjetivas dos espectadores, individualmente ou em grupo, não apenas induziram a uma dada representação simbólica a respeito dos filmes nacionais como criaram lugares comuns sobre o conjunto do cinema brasileiro.

As atuais pesquisas com espectadores dão conta de que discreta e considerável mudança da percepção geral se operou, mas não no sentido de uma adesão e reconhecimento ao cinema nacional como um conjunto estético. A mudança de percepção não aconteceu apenas em nível dos espectadores, mas sim no contexto dos agentes do pólo da produção de cinema, que sentiram a necessidade de adequar seus filmes a um gosto médio. Nesse sentido, não houve uma mudança de *habitus* dos espectadores, propriamente, mas uma mudança no subcampo no sentido de se adequar a um padrão dominante de cinema, reconhecido pelos espectadores.

Esse contexto expressa algumas das lutas internas do subcampo que dizem respeito ao pouco espaço das produções nacionais no imaginário e na adesão dos espectadores. Em outras palavras, os agentes da produção concluíram que, para concorrer com o produto norte-americano ou amenizar os efeitos da presença do filme hollywoodiano no mercado interno, seria necessário adequar padrões estéticos e narrativos ao gosto médio dos espectadores, em última análise, ao *habitus* narrativo da recepção.

Assim, as pesquisas – a realização de grupos focais, fóruns de discussão e entrevistas em profundidade – apontam para um claro reconhecimento da recente (dos últimos dez ou 15 anos) produção de filmes brasileiros. A maioria dos entrevistados tende a reconhecer a

“melhora de qualidade”, o que faz com que certos filmes brasileiros atuais sejam até muito apreciados.

Frases⁶⁷ como: “antigamente, eram só filmes da Xuxa, estas coisas” e “agora existem obras maravilhosas”; ou até espectadores mais entusiasmados, que afirmam: “Só vou ao cinema se for filme nacional” ou “eu adoro os filmes nacionais” demonstram a nova percepção. Ao mesmo tempo em que se aprova a nova fase do cinema do Brasil, observa-se desconhecimento a respeito da tradição nacional de cinema, quando o espectador observa que “acho que poderiam explorar mais os assuntos brasileiros, sobre a história”, uma vez que boa parte da produção nacional, de fato, aborda tais questões. De qualquer maneira, os filmes estrangeiros, regra geral, ainda permanecem com avaliação mais positiva dos que os filmes nacionais.

⁶⁷ Fonte: trechos de depoimentos de espectadores em grupos focais (RJ e SP) do Projeto Cinema Estudo Qualitativo (Datafolha Instituto de Pesquisas / Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do Município do Rio de Janeiro, 2008).

QUADRO 10 Ranking da Retomada (por renda) - inclui um total de 456 filmes, desde a Retomada do Cinema Brasileiro, em 1995 até 2007

1. *Dois filhos de Francisco* (2005) – **Distribuidora:** Sony / **329 salas** / **Renda total:** R\$ 36.728.278,00 / **Público total:** 5.319.677 espectadores.
2. *Carandiru* (2003) - **Distribuidora:** Sony / **298 salas** / **Renda total:** R\$ 29.623.481,00 / **Público total:** 4.693.853 espectadores.
3. *Se eu fosse você* (2006)⁶⁸ – **Distribuidora:** Fox / **197 salas** / **Renda total:** R\$ 28.916.137,00 / **Público total:** 3.644.956 espectadores.
4. *Cazuza: o tempo não pára* (2004) – **Distribuidora:** Sony / **292 salas** / **Renda total:** R\$ 21.230.606,00 / **Público total:** 3.082.522 espectadores.
5. *Tropa de elite* (2007) – **Distribuidora:** Universal / **321 salas** / **Renda total:** R\$ 20.395.447,00 / **Público total:** 2.417.754 espectadores.
6. *Olga* (2004) – **Distribuidora:** Lumière / **339 salas** / **Renda total:** R\$ 20.375.397 / **Público total:** 3.078.030 espectadores.
7. *Lisbela e o prisioneiro* (2003) – **Distribuidora:** Fox / **245 salas** / **Renda total:** R\$ 19.915.933,00 / **Público total:** 3.174.643 espectadores.
8. *Os normais* (2003)⁶⁹ – **Distribuidora:** Lumière / **249 salas** / **Renda total:** R\$ 19.874.866,00 / **Público total:** 2.996.467 espectadores.
9. *Cidade de Deus* (2002) – **Distribuidora:** Lumière / **176 salas** / **Renda total:** R\$ 19.066.087,00 / **Público total:** 3.370.871 espectadores.
10. *Sexo, amor e traição* (2004) – **Distribuidora:** Fox / **157 salas** / **Renda total:** R\$ 15.775.132,00 / **Público total:** 2.219.423 espectadores.

Fonte: Database Brasil 2007 (Portal FILME B).

Uma análise das dez maiores bilheterias do cinema brasileiro da Retomada elucida de forma mais eloquente essas questões:

No *ranking*, além dos dez primeiros, é importante destacar as posições de número 23, *Central do Brasil* (Walter Salles, 1998), distribuído por Rio Filmes e Grupo Severiano Ribeiro, em 79 salas, com renda total de R\$ 8.087.276,00 e público total de 1.593.967 espectadores; e na posição 99, *Lavoura arcaica* (Luiz Fernando Carvalho, 2001), distribuído por Rio Filmes, em dez salas, com renda total de R\$ 874.018,00 e público total de 143.860 espectadores. A recepção a estes dois filmes é analisada adiante.

⁶⁸A sequência *Se eu fosse você 2*, dirigida por Daniel Filho, foi lançada em 2008, com recorde de público..

⁶⁹A sequência *Os normais 2 – a noite mais maluca de todas*, dirigida por José Alvarenga Jr., foi lançada em 2009.

Da análise do quadro acima, o primeiro dado que se sobressai é o de que a Globo Filmes tem participação, direta ou indiretamente, na produção e / ou distribuição, em nove dos dez títulos do *ranking* de maior renda da Retomada, à exceção apenas de *Tropa de elite* (José Padilha, 2007), campeão das bilheterias nacionais no ano de 2007. Tal realidade confirma a tese, pelo menos parcialmente, de que a adesão ao cinema nacional contemporâneo é creditada quase que exclusivamente a essa empresa, indicando um novo ciclo de produção comercialmente bem-sucedida no país.

Os gêneros cinematográficos dos dez filmes relacionados compreendem:

Três comédias urbanas: *Se eu fosse você* (Daniel Filho, 2006), em terceiro lugar; *Os normais* (José Alvarenga Jr., 2003), na oitava posição; e *Sexo, amor e traição* (Jorge Fernando, 2004), na décima colocação. Filmes que se enquadram em subgênero do cinema nacional tradicionalmente de forte adesão do público brasileiro, a exemplo dos ciclos da chanchada (anos 1950) e pornochanchada (anos 1970). Além disso, comédias com forte vinculação à linguagem / narrativa televisiva, certamente em função da formação profissional de seus três diretores, todos oriundos e com larga experiência na TV: Daniel Filho, José Alvarenga Jr. e Jorge Fernando. Entretanto, cabe uma distinção entre os três: Daniel Filho, antes de sua longa carreira na TV (Globo), estreara em cinema ainda no tempo da chanchada da Atlântida, nos anos 1950, como ator; Alvarenga começou em cinema dirigindo filmes do quarteto Os Trapalhões e de Xuxa; enquanto Jorge Fernando teve sua formação audiovisual exclusivamente dirigindo novelas na Rede Globo.

Três cinebiografias: *Dois filhos de Francisco* (Breno Silveira, 2005), em primeiro lugar; *Cazuza: o tempo não pára* (Walter Carvalho, Sandra Werneck, 2004), na quarta posição; e *Olga* (Jayme Monjardim, 2004), na sexta posição. O primeiro é inspirado na trajetória de dois ícones da música romântica sertaneja; o segundo na biografia de um ídolo do rock nacional, enquanto o terceiro é baseado em livro *best seller* (autoria Fernando Morais), de grande repercussão nacional sobre personagem da história política brasileira da primeira metade do século XX. As cinebiografias são subgênero do drama que, comumente, são bem

recepcionadas pelo público espectador, sobretudo se põem em foco personagens da cultura popular. Quanto aos agentes da direção, Breno Silveira é ex-diretor de fotografia - *Eu tu eles* (Andrucha Waddington, 2000) – com formação quase que exclusivamente em cinema, a partir dos anos 1990; Jayme Monjardim é tão somente diretor de TV, sendo *Olga* sua única experiência fora dessa mídia; e Sandra Werneck tem experiência profissional basicamente em cinema. O curioso é que neste ranking surge o nome de um dos mais experientes diretores de fotografia do cinema nacional (Walter Carvalho, como diretor de *Cazuza – o tempo não pára*, ao lado de Werneck), cuja formação profissional e intelectual diverge dos outros agentes do grupo porque remonta ao cinema novo (anos 1960), demonstrando, de sua parte, uma adaptação e acomodação aos novos tempos do cinema brasileiro.

Três dramas policiais, com forte conteúdo social: *Carandiru* (Hector Babenco, 2003), na segunda posição; *Tropa de elite* (José Padilha, 2007), na quinta posição; *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles, 2002, co-direção de Kátia Lund), na nona posição. O drama social é uma tradição do cinema nacional, desde os primórdios do cinema novo, com Nelson Pereira dos Santos, nos anos 1950. A novidade está no tratamento de subgênero do cinema policial de influência hollywoodiana: mais em *Tropa de elite* e *Carandiru*, menos em *Cidade de Deus*. Hector Babenco é diretor cuja carreira começou nos anos 1970 e tem em seus créditos uma das melhores narrativas de crítica social (*Pixote – a lei do mais fraco*, 1980), considerada obra-prima do cinema internacional por críticos de cinema em todo o mundo. De alguma maneira, ainda que tangenciando a narrativa policial hollywoodiana, é certo que a crítica social permanece presente em *Carandiru*, *Cidade de Deus* e *Tropa de elite*. Fernando Meirelles é diretor oriundo do cinema publicitário, que construiu sólida carreira cinematográfica, a partir dos anos 1990, enquanto José Padilha enveredou pelo cinema documentário (*Ônibus 174*, 2002, co-dirigido por Felipe Lacerda), antes de realizar *Tropa de elite*.

Finalmente, um drama romântico: *Lisbela e o prisioneiro* (Guel Arraes, 2003), na sétima posição. Baseada em uma peça escrita por Osman Lins, o filme aposta em fortes doses de romantismo e o humor da cultura popular nordestina para construir uma narrativa

cinematográfica de apelo popular calcada na TV. O filme é a expressão cinematográfica da experiência acumulada do seu diretor na Rede Globo, onde é, segundo os agentes da crítica, responsável pela renovação estética na linguagem televisiva, introduzindo programas inovadores e inserindo a cultura nordestina em tal contexto de renovação.

Embora diversos e distintos pelos gêneros a que estão vinculados, os dez filmes do *ranking* da Retomada têm em comum a busca pelo cinema narrativo e visam uma adequação dos seus filmes ao contexto do cinema industrial - comercial do final do século XX como realidade hegemônica no subcampo do cinema. A busca pela adequação ao habitus narrativo da produção e, conseqüentemente, ao habitus narrativo da recepção, é o ponto de convergência do universo desses filmes e de outros que ocupam posições inferiores no *ranking*.

No entanto, a análise do *ranking*, em termos de adesão do público, não pode ser observada apenas pelo viés do habitus narrativo, estrito senso. Há elementos paralelos e contextuais ao habitus narrativo, de importância na realidade estrutural do subcampo do cinema. Um exemplo é a atuação de empresas e agentes da distribuição de médio ou grande porte (no caso nacional, a Globo Filmes, com capacidade de gerar estratégias de marketing e publicidade em torno da divulgação de suas produções, quase se igualando à profissionalização requerida pelo subcampo do cinema em Hollywood, permitindo que os filmes nacionais sejam visíveis para grandes parcelas do público espectador de cinema no Brasil.

Para isso, os filmes são vendidos pelos agentes da promoção, a partir daquilo que têm de mais comercialmente viável (atores de visibilidade na TV, diretores oriundos da TV, premiações internacionais etc.), além de distribuídos para estreia em dezenas e até centenas de salas comerciais.

Dos dez filmes do *ranking* da Retomada, três deles receberam alguma premiação ou reconhecimento internacional de grande relevância no subcampo do cinema. *Cidade de Deus* ganhou, em 2003, quatro nomeações aos prêmios da Academia de Artes e Ciências

Cinematográficas dos Estados Unidos, que outorga os prêmios Oscar, em Hollywood, nas categorias de direção, roteiro adaptado, fotografia e montagem. *Tropa de elite* venceu o Urso de Ouro em Berlim, Alemanha, como melhor filme da mostra em 2008. *Carandiru* participou da prestigiada mostra competitiva do Festival de Cannes em 2003, concorrendo à Palma de Ouro, que somente foi vencida por um filme brasileiro uma vez em 1962, com *O pagador de promessas*, dirigido por Anselmo Duarte. Por vezes, essas premiações internacionais, dependendo do filme, fazem com que este seja adquirido por distribuidoras *majors* ou independentes para distribuição internacional, inclusive no mercado norte-americano, como foi o caso de *Cidade de Deus* e *Central do Brasil* (Walter Salles), em 1998, que também alcançou nomeações para o Oscar (filme estrangeiro e atriz).

1.1 O espectador como recurso escasso do subcampo

Nas lutas internas do subcampo do cinema, chamar a atenção do espectador para o produto nacional, para que este agente reconheça e escolha o filme brasileiro como opção de lazer, pondo de lado o imenso número de filmes hollywoodianos em cartaz, é um dos mais difíceis e onerosos movimentos que os agentes da produção e distribuição dos filmes nacionais têm a realizar. Para além do *habitus* narrativo, tão familiar ao espectador, existem grandes campanhas de marketing e publicidade em torno da produção de cinema dos Estados Unidos, que torna mais árdua a concorrência com o produto estrangeiro. É certo que os agentes espectadores prestam muita atenção à comunicação publicitária e ao marketing que divulga os filmes em televisão, internet, jornais etc.

Segundo pesquisas⁷⁰, a mídia que melhor se comunica com o público espectador, sobretudo em relação aos lançamentos cinematográficos, é a TV aberta, pois ainda se constitui no meio de comunicação que atinge o maior número de pessoas, sendo natural que os filmes nela anunciados despertem a mobilização dos espectadores. Embora haja crescimento da Internet como mídia, pelo menos no Brasil, esta é restrita como meio de informação sobre filmes a setores mais jovens pertencentes às classes médias. Neste sentido, os sites mais

⁷⁰ Fonte: Projeto Cinema Estudo Qualitativo (Datafolha Instituto de Pesquisas / Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do Município do Rio de Janeiro, 2008).

acessados são os da rede de cinemas Cinemark e os de *shopping center*, em geral. O próprio cinema também é mídia publicitária para os filmes porque exibem *trailers* de lançamentos futuros. Esta é uma realidade do subcampo no item comunicação e marketing.

No entanto, para os filmes nacionais, os espectadores, de um modo geral, tendem a se interessar por filmes com atores por eles conhecidos e reconhecidos, normalmente àqueles oriundos da Televisão. Neste ponto, os filmes que possuem investimento da Globo Filmes saem na frente na disputa pelo mercado. Além da estrutura empresarial de maior porte na distribuição de filmes, as produções com essa marca trazem em seus elencos atores famosos das novelas, formando, para o cinema nacional, em especial para as produções da Globo Filmes, uma conexão comercialmente positiva com a Televisão. Por sua vez, tais filmes da marca empreendem certa formulação, que diz respeito ao filme de comédia, gênero nacional altamente bem cotado entre os espectadores brasileiros.

O que se observa atualmente nas salas de cinema, como características gerais, é que a frequência majoritária dos jovens, para filmes nacionais, é muito maior nas salas dos multiplexes do que em salas alternativas. Nisto, há certa lógica que antecede até mesmo a recepção de filmes brasileiros e diz respeito à recepção de filmes de um modo geral, posto que os espectadores de faixas etárias mais elevadas criticam a “falta de criatividade” dos filmes atuais, excessivamente focados, segundo esses espectadores, em ação e efeitos visuais. Ora, tais filmes são a marca dos multiplexes, sendo os preferidos dos jovens. Em consequência, os multiplexes são o espaço social da juventude na prática cultural da espetatorialidade. Então, é natural que haja um prolongamento desse fluxo para o cinema nacional, ainda que restrito.

Além disso, o imaginário dos jovens na faixa etária de frequência majoritária ao cinema (12 a 19 anos) não é marcado por uma representação simbólica negativa sobre o cinema nacional posto que quando da Retomada eram crianças pequenas. Já os espectadores com mais de 35 - 40 anos tendem a reter em sua memória uma representação sobre a produção brasileira muito relacionada às comédias de apelo sexual ou filmes considerados herméticos em sua linguagem, além da precariedade técnica, em comparação com a produção

hollywoodiana. Assim, não é surpresa que o ciclo de cinema Globo Filmes esteja orientado para um público mais jovem e frequentador dos espaços das salas múltiplas.

Uma percepção geral sobre o público que assiste aos filmes brasileiros no espaço dos multiplexes de *shopping center*, sobretudo jovens abaixo da faixa etária de 25 anos, ou de faixas ainda mais baixas, a depender do nacional em cartaz é de que antes do início da projeção dos filmes, esse público age no contexto de certo padrão de comportamento: os espectadores vão com amigos, namoradas (os), fazem barulho e se levantam enquanto conversam, brincam e consomem muita pipoca, refrigerante, sorvetes e sanduíches. É no multiplex que a representação mais icônica do cinema – pipoca e refrigerante – materializa-se sistematicamente. De modo geral, tal público jovem parece aderir com tranquilidade aos filmes nacionais exibidos em multiplex, sobretudo os do padrão Globo Filmes, porque são observadas poucas saídas da sala de cinema durante a projeção.

As sessões de filmes nacionais observadas nos multiplexes foram as seguintes:

- *Ó pai, ó* (Monique Gardenberg, 2007), em 30/03/2007: traz no elenco o ator Lázaro Ramos, de grande popularidade na TV depois da atuação como Foguinho, personagem da novela *Cobras & lagartos* (de João Emanuel Carneiro, Rede Globo, 2006), exibida na faixa das 19 horas.
- *Caixa dois* (Bruno Barreto, 2007), em 20/04/2007: No *hall* do cinema, dois rapazes, na faixa dos 20 anos, observavam a programação dos filmes do Multiplex, estampada em cartaz. Um deles apontou para a linha onde explicitava o horário de exibição de *Ó pai, ó* e afirmou: “Quero assistir a esse filme, quem trabalha é o ‘negão’ daquela novela, como é mesmo o nome dele? Aquele ‘negão’ é o cara”.
- *Batismo de sangue* (Hervé Ratton, 2006) em 24/04/2007: Na exibição do *trailer* do filme *Primo Basílio*, entre os espectadores, uma filha pergunta ao pai: “Primo Basílio?” O pai, sem saber o que dizer, pergunta à esposa: “De quem é mesmo *O primo Basílio*?”. A esposa então responde: “Deixa eu ver....é...é...é...não sei, tá aqui na ponta da língua, mas tá me fugindo...”.
- *O cheiro do ralo* (Heitor Dhalia, 2006), em 05/05/2007.

- *Baixio das bestas* (Cláudio Assis, 2006) em 19/05/2007.
- *Não por acaso* (Philippe Barcinski, 2007), em 12/06/2007: este filme traz o ator Rodrigo Santoro, que oriundo da Televisão, faz carreira internacional, inclusive participando de produções hollywoodianas. Filmes como *Não por acaso*, *O cheiro do ralo* e *Baixio das bestas*, foram exibidos em multiplex não permanecendo em cartaz por muito tempo, provavelmente por serem esteticamente diferenciados da média da produção exibida nesses espaços. No entanto, traziam algum aspecto que, relativamente, os aproximava do público do Recife: *O cheiro do ralo* e *Baixio das bestas* são filmes dirigidos por cineastas locais, além de também trazerem nomes conhecidos do grande público em seus elencos.
- *Inesquecível* (Paulo Sérgio de Almeida, 2007), em 19/06/2007.
- *Saneamento básico – o filme* (Jorge Furtado, 2007), em 01/08/2007: No elenco estão os atores Wagner Moura e Camila Pitanga, de grande exposição na novela *Paraíso tropical* (de Gilberto Braga, Rede Globo, 2007), exibida à época do lançamento do filme, o que ajudou a dar mais visibilidade a este.
- *Primo Basílio* (Daniel Filho, 2007), em 28/08/2007: baseado em obra do escritor português Eça de Queirós. Nesta sessão do filme, dezenas de alunos de um mesmo colégio, uniformizados, acompanhados de monitores assistiram à primeira sessão do dia.
- *Cidade dos homens* (Paulo Morelli, 2007), em 27/09/2007: foi aplaudido ao final da sessão no Box Guararapes.
- *Tropa de elite* (José Padilha, 2007), em 22/10/2007.
- *Podecrer!* (Arthur Fontes, 2007), em 05/11/2007.
- *Meu nome não é Johnny* (Mauro Lima, 2008), em 07/01/2008: Numa sessão lotada no Multiplex Box Guararapes, ao final do filme um casal, em torno de 25 anos, comentava: o homem havia gostado do filme e dizia para a namorada que, antigamente, o cinema nacional era ruim, ao que ela respondeu: “Antigamente?”
- *Chega de saudade* (Laís Bodanzky, 2007), em 15/05/2008.
- *Bodas de papel* (André Sturm, 2008), em 22/05/2008.
- *Era uma vez...* (Breno Silveira, 2008), em 27/07/2008.
- *Os desafinados* (Walter Lima Jr., 2008), em 08/09/2008.

- *Linha de passe* (Walter Salles, 2008), em 14/09/2008: Filme com perfil mais alternativo traz no elenco Sandra Corveloni, premiada como melhor atriz no Festival de Cannes de 2007.
- *Última parada 174* (Bruno Barreto, 2008) em 25/10/2008.
- *Romance* (Guel Arraes, 2008), em 12/12/2008.

Cada um desses filmes, embora esteticamente diversos (alguns com perfil de exibição mais propício às salas alternativas), contém um ou mais aspectos de atração para o espectador do multiplex. Os eventuais filmes brasileiros exibidos nos complexos de salas múltiplas dos centros comerciais das grandes cidades quase sempre trazem em seus elencos pelo menos um grande nome da Televisão, ou, melhor, das novelas de TV, situação que beneficia a exibição em termos de bilheteria e desperta a atenção dos espectadores, sobretudo se a imagem desse ator ou atriz estiver sendo veiculada na novela do horário nobre.

Algumas regras que servem para orientar a espectralidade dos cinemas multiplexes, com relação a filmes hollywoodianos, servem também para mobilizar os espectadores desses espaços em relação aos filmes nacionais, assim, a depender do dia da semana e do apelo de publicidade e marketing feito em torno do filme, sobretudo daqueles com a marca da Globo Filmes, vai haver menor público durante a semana e maior adesão nos finais de semana.

O cinema nacional adaptado de obras literárias clássicas se constitui em elemento de atração para a adesão dos espectadores, em especial de estudantes do nível médio, envolvidos em preparação para exames vestibulares e na produção de exercícios escolares na disciplina de literatura, que enxergam no cinema um potencial de rápida apreensão de conhecimentos sobre o assunto (obra específica da literatura nacional ou da literatura em língua portuguesa), que dispense, inclusive, a leitura do próprio livro.

No contexto da espectralidade distinta ou distintiva (uma vez que, nos espaços alternativos, aos quais a produção nacional não relacionada a Globo Filmes está restrita) não se observa a frequência de muitos jovens. De um modo geral, há poucos espectadores.

Pelo menos, nas dez sessões pesquisadas entre fevereiro de 2007 e dezembro de 2008, no Cinema da Fundação (quatro) e no Cine Rosa e Silva (seis), onde eram exibidos filmes nacionais, não somente havia poucos espectadores, como também número reduzido de jovens entre esses espectadores.

As sessões de filmes nacionais nas salas alternativas foram as seguintes:

A - No Cinema da Fundação:

- *O céu de Suely* (Karim Ainouz, 2006), em 14/02/2007: um homem aparentando mais de 75 anos afirmava ter gostado do filme, mas não do final “em que nada acontecia”.
- *Eu me lembro* (Edgar Navarro, 2005) em 08/03/2007.
- *Querô* (Carlos Cortez, 2007) em 14/11/2007.
- *Jogo de Cena* (Eduardo Coutinho, 2007) em 16/03/2008: jovem espectadora se queixava ao namorado sobre o “final brusco” do filme.

B - No Cine Rosa e Silva:

- *Os 12 trabalhos* (Ricardo Elias, 2006) em 21/05/2007.
- *A casa de Alice* (Chico Teixeira, 2007), em 20/03/2008.
- *Falsa loura* (Carlos Reichenbach, 2007), em 17/07/2008.
- *O signo da cidade* (Carlos Alberto Riccelli, 2007), 03/08/2008.
- *Bezerra de Menezes – o diário de um espírito* (Glauber Filho, Joe Pimentel, 2008), em 27/10/2008.
- *Deserto feliz* (Paulo Caldas, 2007), em 22/12/2008.

No caso específico do Cinema da Fundação, quando da exibição de filmes franceses, observa-se uma maior incidência da faixa etária acima de 40 / 50 anos, formando até mesmo uma maioria entre os espectadores da sessão. No entanto, em relação à exibição de filmes nacionais, há uma tendência de diminuir o público geral e ainda mais o grupo de espectadores da faixa etária acima dos 40 anos. De toda forma, o comportamento na ante-sala e na sala (sobretudo nesta) do cinema é visivelmente mais comedido do que nas salas dos multiplex.

É certo que o filme nacional exibido no espaço alternativo, de um modo geral, apresenta formulação estética diferenciada daquela produção Globo Filmes. E um dos aspectos que encontram mais resistência por parte dos espectadores diz respeito aos finais dos filmes. Sabe-se que produções esteticamente alternativas nacionais ou estrangeiras ou exibidas em espaços alternativos apresentam, de um modo geral, finais onde nada de muito épico acontece em relação ao enredo / história do filme, com relação à sua conclusão. Isto é bem comum em narrativas realistas que fogem ao padrão hollywoodiano da redenção do protagonista, o aniquilamento do antagonista, o encontro do casal romântico etc. As conclusões nos filmes alternativos fazem referência aos aspectos prosaicos da vida. Tal situação costuma causar espanto e até irritação nos espectadores, não importa a faixa etária em que estejam enquadrados.

2 A representação do Brasil rural, do interior e sertão

2.1 Estudo de caso 1: *Central do Brasil*

O contexto

Quando o filme de Walter Salles começou a ser filmado no interior do Nordeste, o cinema brasileiro vivia o início da fase denominada de Retomada, iniciada em 1995, depois que os filmes *Carlota Joaquina – princesa do Brasil* (Carla Camuratti, 1995) e *O quatrilho* (Fábio Barreto, 1995) conseguiram levar mais de um milhão de espectadores ao cinema. Eram recentes também as leis de incentivo à produção, que permitiram um gradual e lento recomeço da produção cinematográfica nacional, quase inexistente nos últimos anos anteriores em função da extinção dos mecanismos estatais de incremento à produção e distribuição de filmes.

Carlota Joaquina – princesa do Brasil foi visto nos cinemas brasileiros por 1.286.000 espectadores, ocupando atualmente o 26º lugar no *ranking* da Retomada por renda (1995-2007). *O quatrilho* foi visto nos cinemas brasileiros por 1.117.154 espectadores, ocupando atualmente o 39º lugar no *ranking* da Retomada por renda (1995-2007)⁷¹. É a segunda produção brasileira a receber uma nomeação ao Oscar de melhor filme estrangeiro, em 1995. Além deste, outros filmes nacionais indicados nessa categoria: *O pagador de promessas* (Anselmo Duarte, em 1962), *O que é isso, companheiro?* (Bruno Barreto, em 1997) e *Central do Brasil* (Walter Salles, em 1998).

Central do Brasil era, então, o terceiro filme de ficção em longa-metragem do diretor, ainda pouco conhecido do público espectador nacional. Traz, como protagonista, um dos maiores nomes do teatro e TV brasileiros, Fernanda Montenegro, além de outros artistas consagrados da dramaturgia nacional: Marília Pêra, Othon Bastos, Matheus Nachtergaele, Otávio Augusto e Stela Freitas, entre outros.

⁷¹ Fonte: Database Brasil 2007 (Portal FILME B).

Walter Salles é oriundo do cinema publicitário e da TV, onde dirigiu documentários, até se iniciar no cinema com os filmes *A grande arte* (1991), falado em inglês, mas de produção nacional, o documentário *Socorro Nobre* (1995), cuja história inspirou a ficção de *Central do Brasil*, e *Terra estrangeira* (1996), considerado seu filme mais autoral, com os quais alcançou visibilidade e reconhecimento por parte dos agentes da crítica especializada. Posteriormente ao êxito de *Central do Brasil*, premiado com o Urso de Ouro de melhor filme e melhor atriz no Festival de Berlim, em 1998, e com duas indicações ao Oscar, o diretor se tornou um requisitado cineasta de produções internacionais, dirigindo filmes nos EUA e Europa: *Diários de motocicleta* (2004), *Dark water* (2005), *Paris, je t'aime* (2006), *Chacun son cinéma ou Ce petit coup au coeur quand la lumière s'éteint et que le film commence* (episódio "A 8 944 km de Cannes", 2007). Também dirigiu outros filmes no Brasil: *O primeiro dia* (co-dirigido por Daniela Thomas, 1998), *Abril despedaçado* (2001) e *Linha de passe* (co-dirigido por Daniela Thomas, 2008).

Havia, desde que o projeto fora anunciado, grande expectativa em torno da produção do filme por conta do nome do diretor, considerado uma revelação do cinema brasileiro. Além disso, o filme prometia resgatar, em grande estilo, certa tradição cinematográfica do Brasil que se remetia ao cinema de inspiração cinemanovista. *Central do Brasil* partia em direção ao cinema social cujo objeto era o Nordeste, mais precisamente o sertão nordestino, legitimado por parte dos agentes cinemanovistas como uma espécie de repositório e fonte nobre de linguagem, narrativa e temática do cinema nacional. Neste sentido, há longa tradição de filmes clássicos na cinematografia brasileira, desde o cinema novo e o ciclo do cangaço, passando pelo cinema dos anos 1970 (pela via das adaptações literárias) até o cinema contemporâneo.

Inspirado em fatos já abordados pelo diretor no documentário *Socorro Nobre* (1995), *Central do Brasil* (Walter Salles, 1998) narra a história de Dora (Fernanda Montenegro), uma professora do subúrbio, aposentada, que complementa a sua renda escrevendo cartas, na Estação da Central do Brasil, no Rio de Janeiro (local de intenso movimento de pessoas humildes), para que migrantes analfabetos possam se comunicar com parentes no interior do Nordeste. Acontece que nem sempre (ou, quase sempre) a professora envia a

correspondência escrita porque, chegando a sua casa, seleciona aquelas poucas cartas que, segundo a sua ética muito particular (ou, a falta dela), merecem ser enviadas aos seus destinatários.

O caráter moralmente questionável da professora é posto à prova quando na estação se envolve acidentalmente com o filho criança, Josué (Vinícius de Oliveira), de uma das mulheres, Ana (Soia Lira), atropelada por ônibus, e para quem escreveu uma das cartas não enviadas, fazendo com que ela se veja na situação inusitada de proteger o menino da perseguição de uma quadrilha de traficantes de crianças, que age na estação de trem, onde Josué ficara perambulando após a morte de sua mãe. Obrigada a fugir do Rio de Janeiro com o menino, a professora Dora empreende uma viagem pelo sertão do Nordeste adentro em busca do pai da criança, que supostamente vive no interior de Pernambuco.

A linguagem e a narrativa

O tratamento realista disposto neste drama social, a partir da construção do roteiro (de Marcos Bernstein e João Emanuel Carneiro, de um argumento de Walter Salles), conjuga de forma calculada as influências estéticas de duas grandes tradições no subcampo do cinema (a narratividade linear e a narratividade não-linear) ao longo de seus 112 minutos, aproximadamente.

O filme é estruturado em três partes bastante distintas e reconhecíveis sob o ponto de vista narrativo. Na primeira parte, que se passa na Central do Brasil, onde os personagens e o conflito principal são apresentados ao espectador, opta-se pela narratividade mais linear. Há, inclusive, uma narrativa de ação posta enquanto as imagens (fotografia de Walter Carvalho) fazem uma espécie de iconografia da miséria social da periferia da grande cidade. A ação propriamente dita diz respeito ao fato gerador da fuga dos protagonistas⁷², sendo até mesmo a mola propulsora dos desdobramentos do enredo nas etapas seguintes da narrativa.

⁷² Sobre esse mesmo *story line* (mulher foge com criança desconhecida para protegê-lo da perseguição de bandidos) trata o filme norte-americano *Gloria* (John Cassavetes, 1980).

A segunda parte – a fuga pelo sertão – é a mais extensa na duração do filme e marca o início de uma narrativa não propriamente linear, posto que não há propriamente uma ação sendo desenrolada e sim uma crônica quase subjetiva das relações interpessoais entre os dois protagonistas, que se descobrem afetiva e afetuosamente nesta viagem. É um momento delicado do filme, no qual a paisagem natural, humana e cultural do sertão é abordada, de uma maneira complementar ao que foi esteticamente proposto para as imagens da grande cidade.

Em outras palavras, muda-se a paisagem, mas o sentimento de desolação permanece, ainda que amenizado pela relação entre os dois personagens. É o momento em que a busca de (novas) identidades – a do menino ao encontro de sua origem paterna e a da professora na procura de novo rumo para a sua vida. Trata-se, neste momento, de um *road movie* (filme de estrada), designação para um subgênero de filme dramático, no qual a narrativa se concentra basicamente no cenário natural das grandes estradas, quando dos deslocamentos dos personagens principais. São referências clássicas o filme norte-americano, independente e de baixo orçamento, *Sem destino* (Dennis Hopper, 1969) e *Paris, Texas* (Wim Wenders, 1984).

Na terceira e última parte, *Central do Brasil* retorna à narratividade linear, quando a ação volta a ter importância na narrativa fílmica, para solucionar o conflito vivido pelos personagens na viagem desde o Rio de Janeiro. Embora aparentemente seja um filme sobre uma criança em busca de suas origens (que encontra, de alguma forma, na cidade natal no interior de Pernambuco, sem o pai, mas ao lado dos irmãos, o que significa uma espécie de salvação), é a personagem da professora Dora quem vivencia a catarse e a redenção mais plenas, ao se observar tocada afetiva e sentimentalmente pela jornada empreendida ao lado do menino. Cumprida a sua missão, Dora tem que retornar ao Rio de Janeiro, mas agora uma “nova mulher”, redimida pelo amor que não imaginava possuir dentro de si.

Com o filme, Walter Salles oferece ao cinema de ficção de longa-metragem brasileiro a sua renovada versão das representações clássicas de cidade e sertão, tão importantes para o

cinema brasileiro da segunda metade do século XX. O diretor redimensiona a contribuição do cinema novo – por meio da fotografia, da segunda parte de sua narrativa, das questões relacionadas a uma estética social -, juntando a isso a proposta de um cinema nacional mais conectado com as demandas do cinema comercial, sobretudo àquele do gênero dramático que busca a identificação dos espectadores, a partir dos princípios da narratividade clássica (como, por exemplo, o roteiro que explicita uma “solução” redentora para o conflito dos personagens; trilha musical emocional: de autoria de Jacques Morelenbaum e Antônio Pinto).

Central do Brasil teve sua *première* brasileira no Recife, durante a realização da segunda edição do Cine PE Festival do Audiovisual (quando ainda era nomeado apenas de Festival de Cinema do Recife), em 1998, superlotando o Teatro Guararapes, no Centro de Convenções de Pernambuco.

A recepção dos espectadores

Com performance de público superior a *Carlota Joaquina* e *O quatrilho*, é possível afirmar que *Central do Brasil* foi a primeira produção nacional, desde o início da Retomada em 1995, que repercutiu e obteve visibilidade considerável em três espaços do subcampo do cinema de grande importância para a formação de uma percepção positiva sobre o filme: a esfera dos críticos especializados, a esfera da mídia (jornalismo impresso e televisivo, Internet) e a esfera do público espectador. Obviamente, na distribuição de forças no interior do subcampo, são raros os filmes brasileiros que alcançam tal grau de legitimidade entre os três grupos.

É claro que a maioria dos agentes que compõem esses espaços forma opiniões, à sua maneira: os especialistas fazem com que outros especialistas notem o filme; o público, por sua vez, utiliza-se do meio de propagação de informação que lhe é mais simples (a propaganda “boca-a-boca”, utilizada no âmbito de suas interações sociais para divulgar voluntaria ou involuntariamente o filme a que assistiu e gostou); e a mídia repercute tudo aquilo que tem relevância noticiosa: o filme é premiado com o Urso de Ouro no Festival de

Berlim, assim como a sua atriz principal, criando uma cadeia de fatos que fizeram o filme permanecer visível ao longo de todo o ano de 1998, culminando com a premiação da crítica especializada nos EUA, além da posterior indicação ao Oscar, e uma carreira junto ao público também em 1999, em virtude da grande exposição midiática de que foi objeto.

2.2 Estudo de caso 2: *Lavoura arcaica*

O contexto

Luiz Fernando Carvalho, o diretor de *Lavoura arcaica* (2001), é agente da criação audiovisual com forte formação profissional na área de Televisão (inicialmente na Rede Manchete, nos anos 1980; posteriormente, na Rede Globo, a partir dos anos 1990), onde, sobretudo na Globo, introduziu um novo conceito de filmar telenovelas, apropriando-se de uma estética cinematográfica (inclusive com filmagem em película), fotografia com planos gerais (a linguagem usual da TV é a do plano fechado) e valorização da narrativa com uma edição que não se preocupa apenas com o corte sequencial, a mera junção e ordenamento da cronologia do enredo.

Entre as telenovelas que dirigiu estão *Renascer* (de Benedito Ruy Barbosa, 1993), *Irmãos Coragem* (1995, adaptação de Margareth Boury para o clássico originalmente escrito, em 1969, por Janete Clair) e *O rei do gado* (de Benedito Ruy Barbosa, 1996). Posteriormente ao filme *Lavoura arcaica*, retornou à TV para dirigir a novela *Esperança* (de Benedito Ruy Barbosa, 2002) e as minisséries *Os maias* (adaptação de Maria Adelaide Amaral do romance de Eça de Queirós, 2002); *Hoje é dia de Maria* e *Hoje é dia de Maria 2* (ambos roteiros de Luís Alberto de Abreu, 2005); *A pedra do reino* (adaptação de Luís Alberto de Abreu da peça de Ariano Suassuna, 2007); e *Capitu* (adaptação do clássico *Dom Casmurro*, de Machado de Assis, 2008).

Sua produção televisiva lhe deu visibilidade crítica, distinguindo-o como um agente diferenciado, voltado não apenas à produção artesanal das telenovelas, mas também se constituindo como um renovador dessa linguagem de dramaturgia industrial. Sua estreia

como diretor de longa-metragem - anteriormente, havia co-dirigido, com Maurício Farias, o curta-metragem *A espera* (1986), estrelado por Marieta Severo e Malu Mader - criara muita expectativa em torno do que o diretor, já criativo e inovador na televisão, seria capaz de produzir no cinema, cuja liberdade estética é bem menos dependente das amarras comerciais do campo da indústria cultural do que a Televisão.

Filmado em locações no interior de Minas Gerais, mais precisamente em um antigo casarão de fazenda, que praticamente foi reconstruído para abrigar a casa da família, e a outra “casa velha” da fazenda, onde parte importante da narrativa se desenvolve, *Lavoura arcaica* é a transposição para o cinema do livro homônimo de Raduan Nassar⁷³ sobre uma família de origem libanesa (casal e sete filhos, sendo três rapazes e quatro moças), que, nos anos 1940, vê-se envolvida em tragédia quando um dos filhos (André, vivido por Selton Mello) se apaixona por sua irmã Ana (Simone Spoladore).

Ao abandonar a casa paterna, Andre é então o filho desgarrado, que será trazido de volta ao lar pelo irmão mais velho Pedro (Leonardo Medeiros), a pedido de sua mãe (Juliana Carneiro da Cunha), mulher profundamente amorosa e compreensiva, que representa uma contraposição à figura paterna, rígida e severa. André é encontrado solitário e deprimido, numa pensão, mergulhado em lembranças do passado, mas aceita o convite de sua mãe, retornando à casa onde a família o espera com festa e onde terá um embate decisivo com a figura de seu pai (Raul Cortez).

Em um período de seis meses, Carvalho e sua equipe técnica (o diretor de fotografia Walter Carvalho, a diretora de arte Yurika Yamasaki, a figurinista Beth Filipeck, o músico Marco Antônio Guimarães, além dos atores) viveram nessa fazenda real, em retiro comunitário, que implicou não apenas em locação de filmagem, mas numa vida regrada tal e qual vivida pelos camponeses que personificam no filme. Isto que dizer que acordavam cedo, compartilhavam atividades do campo como o manejo da lavoura e de animais. Essa

⁷³ Ver NASSAR, Raduan. *Lavoura arcaica*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

vivência era incorporada na criação dos personagens e motivo para improvisações dos atores durante as filmagens.

Tal grau de imersão era exigência do diretor do filme, que, inspirado nas teorias de Antonin Artaud (escritor, ator e dramaturgo francês), não desejava interpretações, mas mergulhos profundos dos atores em seus personagens, deixando de lado as técnicas de interpretação da memória emotiva (recurso técnico de interpretação teatral). Sobretudo no caso do personagem-narrador André, compreendido pelo diretor Luiz Fernando Carvalho⁷⁴, como um anjo / demônio que narra o seu drama ao mesmo tempo em que reflete sobre este. Carvalho esperava imprimir um tom lírico e teatral ao filme porque percebia o texto original de Nassar como poesia e ópera repletas de referências bíblicas, arquétipos e metáforas.

A linguagem e a narrativa

Fiel às origens literárias do texto que dá base ao filme, Luiz Fernando Carvalho construiu uma obra audiovisual que é, ao mesmo tempo, narração (não no sentido da narratividade, conforme categoria exposta nesta tese, mas narração literária, onde a palavra é elemento básico da linguagem) e poesia, o que ocasionou um filme fora dos padrões do subcampo do cinema. Sobre o filme, Luiz Fernando Carvalho afirmou⁷⁵ que procurou fazer uma adaptação “não-ortodoxa e não-americanizada” do autor (Raduan Nassar), “transpondo, com fidelidade possível, a linguagem de um para outro veículo”.

O cinema da atualidade, industrializado, corta o diálogo com a imaginação, é um cinema editorial, não suscita a dúvida, não permite que o público imagine. O filme não tem regra de sedução fácil, procura o diálogo com o público em um nível espiritual. (JORNAL DA FUNDAÇÃO, 2001, p.4)

O filme apresenta de saída uma curiosidade: o próprio diretor Luiz Fernando Carvalho é quem faz a narração em *off*, como o personagem André. Ao longo de 163 minutos de duração co-existem no filme três narrativas paralelas, que se relacionam no que tange ao

⁷⁴ Fonte: síntese do depoimento do diretor incluído nos extras do DVD de *Lavoura arcaica*.

⁷⁵ Síntese da fala do diretor, quando esteve presente à ocasião do lançamento de *Lavoura arcaica* no Cinema da Fundação, no Recife, em 2001.

enredo, mas que existem quase que isoladamente uma das outras, assemelhando-se a longos *flash back*. Estão assim subdivididas:

Na narrativa que pode ser considerada a mais intensa sob o ponto de vista dramaturgico, André, o filho desgarrado, é encontrado em uma pensão qualquer longe de casa pelo irmão Pedro, que terá de trazê-lo de volta. Nestas sequências há um tenso embate verbal (na verdade, praticamente monólogos de André), quando, por meio de discurso enraivecido e cheio de mágoas, o personagem elabora forte reflexão sobre as condições de vida a que esteve submetido naquele microcosmo rural, no qual determinados valores e tradições eram reiterados pelos intensos sermões proferidos por seu pai, a partir da palavra bíblica.

Neste momento, a dor, a revolta e as alucinações de André são exteriorizadas esteticamente não apenas pela via da interpretação de Selton Mello, mas também pelo tratamento imagético dado por Luiz Fernando Carvalho e o diretor de fotografia Walter Carvalho ao espaço opressivo daquela pensão de beira de estrada onde André vive um dos seus piores momentos. A luz que incide é escura e as lentes que enquadram os personagens produzem imagens distorcidas que deformam a aparência física dos atores. Há muitos closes e planos fechados que reiteram o aspecto de claustrofobia física e emocional a que os dois irmãos estão submetidos.

Na segunda narrativa, aborda-se a juventude dos irmãos em meio à vida campestre e às descobertas da idade, centrando-se, sobretudo, na relação entre André e Ana. A exuberância da natureza e a beleza decadente dos casarões da fazenda emolduram a pulsão da sexualidade.

A terceira narrativa constrói o universo rural, onde a disciplina obriga os personagens ao manejo da lavoura e do trato com os animais, num cotidiano repleto de bucolismos onde emerge a figura da mãe, que cuida amorosamente da casa, do marido e dos filhos. O personagem da mãe é um contraponto aparente à figura paterna austera, tipificado, por meio da percepção de André, como uma dicotomia entre emoção e razão.

Na juventude e na infância, as cores são vivas, a luz é clara, às vezes em tom pastel, e os planos são abertos, dimensionando o universo no qual os personagens estão postos, onde a natureza e o desabrochar da juventude são captados em imagens de sublime beleza. Tanto as narrativas sobre a infância quanto as da juventude impõem uma forte oposição imagética com a narrativa desenrolada na pensão. Pode-se afirmar que cada uma delas expressa esteticamente as diversas fases da subjetividade de André.

Ao final, essas três narrativas vão convergir para o desenlace, no antológico acerto de contas entre André e o pai à mesa do jantar, quando a Palavra, em sentido mais amplo, vai desencadear o processo de cisão entre os dois, quando, na verdade, o propósito era exatamente o oposto: afinal, seria o jantar da reconciliação, do perdão do filho pródigo que retorna à casa paterna. O duelo verbal entre esses dois personagens sintetiza as polaridades estéticas e filosóficas apresentadas pela narrativa fílmica: claro *versus* escuro, razão *versus* emoção, opressão *versus* liberdade.

André volta em busca do entendimento, mas, por um momento, não é capaz de se submeter à palavra do pai, austera, rígida e reiterativa dos valores estabelecidos, reagindo violentamente aos sermões que o pai lhe apresenta naquele momento. No entanto, depois de intensa desarmonia e desacordo, André subitamente se cala, arrepende-se e procura o diálogo. Uma grande festa é organizada para o seu retorno, reunindo família, parentes e amigos. Tarde demais! O que não se contava é que, a esta altura, o germe da “discórdia” e da “liberdade” já havia “contaminado” os seus irmãos: Lula (Caio Blat), o caçula, quer abandonar a fazenda, cansado daquele mundo; e Ana se deixa levar pela embriaguez provocada pela bebida e pelo som entorpecedor da música que dança, desencadeando a tragédia final da qual será vítima.

Lavoura arcaica é filme que pode ser compreendido como a narrativa fílmica sobre a Palavra, onde as imagens desempenham um papel de relevância extraordinária, não somente de ilustração do discurso verbal, mas de complementação a este.

A recepção dos espectadores nacionais em números

A repercussão crítica alcançada pelo filme, sobretudo com relação aos especialistas, atribuiu ao diretor Carvalho ainda mais *status* no subcampo do cinema (e também no subcampo da TV) como agente detentor de capital simbólico distinto. Em outras palavras, um “artista” do audiovisual, cuja inserção no subcampo do cinema o faz ocupar uma posição de destaque, que o legitima culturalmente para que seus filmes e produções televisivas sejam percebidos em contexto que extrapola o campo da indústria cultural tão somente e o remete para aquela restrita zona de intercessão desse campo com os campos artístico e da produção cultural erudita.

No entanto, à medida que tal legitimação o coloca numa posição distinta artisticamente superior no interior do subcampo do cinema, destina seu filme a uma esfera de consumo extremamente restrita juntamente aos espectadores de cinema. *Lavoura arcaica* é percebido como filme de referência apenas para aqueles espectadores distintos, cuja relação com o cinema extrapola o mero entretenimento e lazer, sobretudo os espectadores que enxergam no cinema um meio de reflexão sobre os problemas do homem no mundo social, porque não faz concessão às narrativas palatáveis e digestivas que o *habitus* narrativo da produção e da recepção consagrara como a fórmula preferencial da estética cinematográfica.

Assim, em 2001, ano de estreia de *Lavoura arcaica*, o cinema brasileiro havia lançado 30 novos títulos no mercado cinematográfico, que juntos levaram sete milhões de espectadores, o que representou uma ocupação do mercado interno (o chamado *market share*) total de apenas 9% para filmes nacionais. As maiores bilheterias, como de costume, foram para filmes de grande produção de estúdios hollywoodianos: *Harry Potter e a pedra filosofal* (Chris Columbus, 2001), que entrou em cartaz em novembro, *Shrek*, *O retorno da múmia* e *Planeta dos macacos*. Entre as produções nacionais, os destaques foram: *Xuxa popstar* (Paulo Sérgio Almeida, Tizuka Yamasaki, 2000), *A partilha* (Daniel Filho, 2001), e *Tainá – uma aventura na Amazônia* (Sérgio Bloch, Tania Lamarca, 2001).

Já os números nacionais alcançados por *Lavoura arcaica* revelam o abismo que separa duas realidades distintas no interior do subcampo do cinema no Brasil: o filme comercial, de um lado; os filmes autorais e alternativos, de outro. A produção brasileira obteve a 13ª colocação entre os 23 filmes nacionais de ficção (exclui os documentários) lançados em 2001 no Brasil. Foram apenas duas cópias, cujo lançamento em 26 de outubro de 2001, fizeram com que o filme permanecesse em cartaz por apenas dez semanas, com público de 79.673 espectadores e renda de R\$ 541.995,70⁷⁶. A maior parte da repercussão do filme esteve restrita às cidades de São Paulo e Rio de Janeiro.

Para se ter uma dimensão da distinção entre esses dois mundos, o filme nacional mais visto, em 2001, foi *Xuxa popstar* (segundo colocado entre nacionais e estrangeiros, sendo distribuído pela Warner, uma *major*) com 304 cópias, que estreando em 15 de dezembro de 2000 permaneceu 35 semanas em cartaz, alcançando um público de 2.394.326 e renda de R\$ 9.624.288,00. O abismo é ainda maior quando observada a performance do filme mais visto no ano, *Harry Potter e a pedra filosofal*, que lançado com 546 cópias alcançou um público de 3.976.763 espectadores, com renda total de R\$ 20.996.072,00⁷⁷.

A recepção dos espectadores no Cinema da Fundação

Lavoura arcaica não tinha exibição garantida no grande circuito comercial da cidade do Recife, por duas razões: reduzido número de cópias em circulação, o que obrigava a uma trajetória de exibição gradual nas cidades fora do eixo Rio - São Paulo, e seu perfil de filme alternativo em linguagem e narrativa. A estreia do filme no Norte-Nordeste do país se deu no Cinema da Fundação, no Recife, permanecendo em cartaz por quatro semanas, com um público total de 3.769 espectadores.

⁷⁶ Fonte: Database Brasil 2001 (Portal FILME B).

⁷⁷ Fonte: Database Brasil 2001 (Portal FILME B).

As notas atribuídas pelos espectadores

Dos 300 entrevistados⁷⁸, 101 assistiram a *Lavoura arcaica* no Cinema da Fundação. Destes, 29 entrevistados (28,7% dos que assistiram ao filme) atribuíram a nota 10 (dez) ao filme; 21 entrevistados (20,8% dos que assistiram ao filme) atribuíram a nota 9 (nove) ao filme; 22 entrevistados (21,8% dos que assistiram ao filme); atribuíram a nota 8 (oito) ao filme; 13 (12,9% dos que assistiram ao filme) atribuíram a nota 7 (sete) ao filme; oito entrevistados (7,9% dos que assistiram ao filme) atribuíram a nota 6 (seis) ao filme; três entrevistados (3% dos que assistiram ao filme) atribuíram a nota 5 (cinco) ao filme; dois entrevistados (2% dos que assistiram ao filme) atribuíram a nota 4 (quatro) ao filme; um entrevistado (1% dos que assistiram ao filme) atribuiu a nota 3 (três) ao filme; dois (2% dos que assistiram ao filme) atribuíram ao filme a nota 0 (zero) ao filme.

QUADRO 11 Notas atribuídas ao filme são classificadas em conceitos

A – 9 e 10, como conceito de avaliação Ótimo B – 7 e 8, conceito Bom C – 5 e 6, conceito Regular D – 3 e 4, conceito Fraco E – 0, 1 e 2, conceito Ruim
--

Na entrevista com questionário, 85 notas estão posicionadas entre os conceitos “Bom” e “Ótimo”, o equivalente a 84,2% das avaliações atribuídas ao filme. A avaliação mediana – “Regular” – inclui 11 notas (10,8% do total), enquanto as avaliações “Ruim” e “Fraco” foram manifestadas por cinco entrevistados (5% do total das avaliações). É possível concluir que o filme é valorado positivamente pelo público espectador do cinema alternativo.

Dos 101 entrevistados que assistiram ao filme *Lavoura arcaica*, 14 (13,8% desse total) escolheram comentar o filme, quando se solicitava que o entrevistado optasse por qualquer um dos filmes (entre um total de dez títulos relacionados no questionário) a que havia

⁷⁸ Refere-se à pesquisa aleatória e não-probabilística com aplicação de questionários para 300 espectadores do Cinema da Fundação, já mencionada anteriormente.

assistido para fazer o comentário, não sendo esta ação obrigatória. Assim, deste novo universo de 14 entrevistados que se dispuseram a comentar o filme, o resultado foi o seguinte: dez comentadores (71,4% dos entrevistados que comentaram o filme) atribuíram nota 10 (dez); dois comentadores (14,3% dos entrevistados que comentaram o filme) atribuíram nota 9 (nove); e dois comentadores (14,3% dos entrevistados que comentaram o filme) atribuíram nota 0 (zero).

Pelo critério do conceito, 49,5% consideram o filme ótimo (notas 9 e 10), 34,7% avaliam o filme como bom (notas 7 e 8), 10,9% consideram o filme apenas regular (notas 5 e 6), 3% avaliam como fraco (notas 3 e 4), e finalmente, 2% consideram o filme ruim (notas zero, 1 e 2). Somando-se os conceitos ótimo e bom a aprovação ao filme atinge impressionantes 84,2%.

QUADRO 12 Distribuição das notas atribuídas ao filme *Lavoura arcaica* (101 das 300 pessoas entrevistadas assistiram ao filme (33,6% do total). Os percentuais a seguir referem-se ao universo de 101 entrevistados

Notas atribuídas ao filme <i>Lavoura Arcaica</i>	Total 101	Percentual
0	2	2,0
1	-	-
2	-	-
3	1	1,0
4	2	2,0
5	3	3,0
6	8	7,9
7	13	12,9
8	22	21,8
9	21	20,8
10	29	28,7
Média das notas atribuídas a <i>Lavoura arcaica</i>: 8,11		

Fonte: “Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual - A experiência do Cinema da Fundação” (FUNDAJ, 2005).

Comentários sobre o filme *Lavoura arcaica*

No conjunto dos 300 entrevistados, 211 (70,3% do universo pesquisado) optaram por comentar algum dos dez filmes relacionados. Um total de 141 pessoas (66,8% do grupo de 211) escolheram comentar um dos cinco filmes exibidos no Cinema da Fundação, com os outros 70 (33,2%) optaram por comentar algum dos cinco filmes vencedores do Oscar. *Lavoura arcaica*, com 14 comentários, obteve apenas o sétimo lugar geral. A classificação é a seguinte: *Dogville* (69 comentários, ou 32,7% do total), *Dançando no escuro* (22, ou 10,4%), *Gladiador* (22, ou 10,4%), *Buena Vista Social Club* (19, ou 9%), *Amor à flor da pele* (17, ou 8%), *Uma mente brilhante* (17, ou 8%), *O senhor dos anéis* (14, ou 6,6%), *Menina de ouro* (11, ou 5,2%) e *Chicago* (6, ou 2,8%).

QUADRO 13 Comentários de espectadores sobre o filme *Lavoura arcaica*

QUADRO 13.1 Dez espectadores que atribuíram nota 10 (dez)

1. *Gostei porque é um texto literário bem feito e a atuação dos atores é divina. Fiquei impressionada.* **E. L., mulher, 18-25 anos, estudante da área de artes.**
2. *Levou a qualidade técnica dos filmes brasileiros para um patamar de altíssimo nível.* **E. V., homem, 18-25 anos, servidor público.**
3. *Filme denso e humano, de uma plasticidade tocante. Acho a história universal por retratar as coisas que se quer negar e relegar ao inconsciente: o tabu do desejo, o autoritarismo paterno e o sofrimento materno contido na submissão.* **S. G., mulher, 61-65 anos, profissional liberal aposentada.**
4. *Vi o filme depois que li o livro. A forma como o diretor tratou as relações familiares foi boa. Atuação bacana e trilha sonora muito legal.* **F. M. B. M., mulher, 18-25 anos, estudante da área de Artes.**
5. *Uma adaptação bem feita do livro, o que me surpreendeu pois o livro é bem intimista. Fotografia bonita. Atuação muito boa, principalmente de Raul Cortez.* **H. L. R. S., homem, 18-25 anos, servidor público da área jurídica.**
6. *Denso. Muito bem feito e trabalhado, bem forte e sério. Bons atores. Muito bonito.* **M. C. C. S. S., mulher, 46-50 anos, professora de ensino fundamental e/ou médio da área de ciências humanas.**
7. *Selton Mello atua de maneira fantástica. Ele consegue passar toda a carga emocional e o dilema do personagem. O enredo é ótimo e o filme passa bem a idéia de Raduan Nassar.* **C. G., mulher, 26-30 anos, profissional liberal da área de ciências sociais aplicadas.**
8. *Temática intimista, gosto da direção de arte e muito boas atuações dos atores.* **B. G. M., homem, 18-25 anos, estudante da área de saúde.**
9. *Filme muito poético com linguagem bem literária, o que acho não usual em filmes. Trilha sonora belíssima e, apesar de ser um pouco longo, considero um dos melhores filmes brasileiros de todos os tempos.* **J. F. M., mulher, 18-25 anos, estudante de letras.**
10. *Fotografia perfeita, locação fantástica e direção mais que demais.* **C. L. W., mulher, 18-25 anos, estudante da área de artes.**

Fonte: Pesquisa “Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual - A experiência do Cinema da Fundação” (FUNDAJ, 2005).

QUADRO 13.2 Dois espectadores que atribuíram nota 9 (nove)

1. *Já tinha lido o livro e acho o filme muito fiel a ele. Muito bonito. O diretor foi muito feliz.* **M. A. E., mulher, mais de 65 anos, psicóloga aposentada.**
2. *Todos deveriam assistir para ver como o filme brasileiro evoluiu.* **E. L., mulher, 46-50 anos, profissional liberal da área de comunicação.**

Fonte: Pesquisa “Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual - A experiência do Cinema da Fundação” (FUNDAJ, 2005).

QUADRO 13.3 Dois espectadores que atribuíram nota 0 (zero)

1. *Pior filme nacional que já assistiu.* **E. G. S., homem, 31- 35 anos, profissional liberal da área de ciências sociais aplicadas.**
2. *É um filme muito besta. Não gostei.* **R. A. A. B., homem, 26-30 anos, profissional liberal da área de saúde.**
Seção: A representação do Brasil urbano, da favela e periferia.

Fonte: Pesquisa “Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual - A experiência do Cinema da Fundação” (FUNDAJ, 2005).

2.3 Estudo de caso 3: Cidade de Deus

O contexto

O filme *Cidade de Deus*, dirigido por Fernando Meirelles, é resultado de um intenso esforço de produção centrado, sobretudo, na utilização de 200 jovens atores amadores sem qualquer experiência anterior em atuação, oriundos de um grande número de favelas e comunidades carentes do Rio de Janeiro. Em seu terceiro filme de ficção de longa-metragem⁷⁹, o diretor Fernando Meirelles, arquiteto de formação, egresso da publicidade e diretor da produtora O2 Filmes, em colaboração da co-diretora Kátia Lund, realizou um filme que em poucos anos de sua estreia (2002) tornou-se um clássico não somente do cinema brasileiro, mas um clássico no âmbito do cinema internacional, por sua linguagem e

⁷⁹ Os anteriores: *Menino maluquinho 2 – a aventura* (1998) e *Domésticas* (co-dirigido por Nando Olival, 2001).

narrativa inovadoras, sendo constantemente referenciado por cineastas de nacionalidades diversas.

Mas, não foi sempre assim. Pelo menos, no início. Antes de ser celebrado e consagrado com quatro indicações para o Oscar em categorias importantes como direção, roteiro adaptado, fotografia e montagem, *Cidade de Deus* fora admitido pela seleção oficial do Festival de Cannes, mas não na mostra principal que concorre à Palma de Ouro. Também não havia sido bem avaliado pelo comitê de filmes estrangeiros da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, a instituição que concede o Oscar, que, no ano anterior, não o classificou entre os cinco finalistas na categoria destinada para filmes falados em língua não-inglesa (como tecnicamente é nomeada a categoria de filmes estrangeiros).

Trata-se de uma categoria à parte no Oscar, pois anualmente a Academia envia para dezenas de países no mundo convites para que esses enviem um filme para representá-los na competição. Assim, o número de filmes a serem considerados oscila de acordo com a aceitação desses países em enviar um representante. Em sua grande maioria, os filmes enviados são produções desconhecidas que não têm distribuição e exibição comercial garantida nas salas de cinema dos EUA. Forma-se então um comitê especial entre os membros da Academia (que é formada exclusivamente por profissionais da indústria cinematográfica) para julgá-los.

Acontece que, se o filme conseguir emplacar uma carreira comercial em cinemas norte-americanos de Los Angeles e Nova Iorque, por mais de uma semana, estará apto a concorrer nas categorias comuns destinados aos filmes em geral. Depois de ser desclassificado na seleção de 2002, o filme, amparado pela Companhia Miramax, alcançou uma carreira internacional bem-sucedida comercialmente, inclusive nos EUA, permitindo que o filme de Meirelles se tornasse visível para o grande público e para os membros da Academia que no ano seguinte o indicaram para os quatro Oscar citados anteriormente. No *The Internet Movie Database* – IMDB (<http://www.us.imdb.com/>), o maior banco de dados sobre filmes existente na Internet, que reúne informações, críticas e cotações de associados sobre todos os filmes produzidos no mundo inteiro, *Cidade de Deus* ocupa a posição de

número 17 entre os *Top 250*, com a impressionante média de 8,8 em 143.301 votos⁸⁰, integrando um panteão destinado quase que exclusivamente a clássicos do cinema e às produções norte-americanas.

Parte do resultado positivo do filme deve ser creditada ao processo pelo qual os agentes da produção e direção envolvidos escolheram os 200 atores amadores para formar o elenco do filme. Durante um ano de pré-produção, cerca de dois mil jovens, de 120 favelas e comunidades, foram testados em oficinas de interpretação, para o que viria ser um filme. Inicialmente, os diretores Meirelles e Lund encarregaram Guti Fraga, diretor do grupo teatral Nós do Morro, para que coordenasse oficinas de improvisação livremente criadas pelos grupos e sem vinculação com o roteiro.

Na segunda fase, depois de selecionados os 200 jovens que tomariam parte no filme, a experiente *acting coach* (treinadora de atores) Fátima Toledo, que havia trabalhado vinte anos antes na preparação de crianças para o filme *Pixote – a lei do mais fraco* (Hector Babenco, 1981), foi contratada para trabalhar com esses jovens especificamente a preparação das cenas previstas no roteiro, ainda que o elemento da improvisação ainda estivesse presente. O curso aconteceu durante cinco meses e o resultado foi a produção de um curta-metragem chamado *Palace II*, co-dirigido por Meirelles e Lund, utilizando alguns dos atores que finalmente seriam aproveitados nos papéis principais de *Cidade de Deus*.

O filme *Cidade de Deus* é baseado no primeiro livro escrito⁸¹ por Paulo Lins, autor que nasceu na comunidade de Cidade de Deus e que escreveu o livro homônimo, a partir das muitas histórias que tomou conhecimento sobre o lugar, misturando fatos e personagens reais a histórias ficcionais, gerando um enredo repleto de personagens. O livro mostra as transformações e mudanças sociais ocorridas nesse bairro do Rio de Janeiro e reflete o que acontece, em maior ou menor escala, com outras comunidades carentes que se transformaram em favelas no Brasil: da pobreza que convive com a pequena criminalidade,

⁸⁰ Dados *on line* do IMDB, em acesso realizado em 13 de outubro de 2009, às 10h57m.

⁸¹ Ver LINS, Paulo. *Cidade de Deus*. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1997.

nos anos 1960, até a ausência total do Estado e a convivência da população com o crime organizado e o tráfico de drogas, na década de 1990.

Para conceituar tal mudança social, o autor se utiliza do termo “neofavela” em oposição à representação de favela tradicional, local percebido, no início do século XX, como *locus* onde existiam rodas de samba e reinava a malandragem romântica. A pesquisa que resultou no livro incluiu dados coletados entre os anos de 1986 e 1993, tempo em que Paulo Lins trabalhou como assistente de pesquisa antropológica sobre a criminalidade, coordenada pela pesquisadora Alba Zaluar. Publicado em 1997, já em 1998 o diretor Fernando Meirelles adquirira os direitos para a versão cinematográfica do livro, dando em seguida início ao processo de preparação e pré-produção da adaptação cinematográfica realizada por Bráulio Mantovani, que reduziu consideravelmente o número de personagens e situações narradas, permitindo a transposição da linguagem literária para a linguagem cinematográfica.

A Cidade de Deus era originalmente um conjunto habitacional inaugurado na década de 1960 em subúrbio do Rio de Janeiro. Em pouco mais de vinte anos, o crime organizado e o tráfico de drogas tomaram conta do local, já superpovoado, transformando o outrora conjunto habitacional em uma das favelas mais violentas do Brasil, dominadas por verdadeiras gangues que espalhavam o terror entre os moradores e eram constantemente assunto do jornalismo e do telejornalismo nacional, sobretudo em virtude da disputa entre os bandos de Zé Pequeno (interpretado no filme por Leandro Firmino da Hora) e Sandro Cenoura (Matheus Nachtergaele).

A linguagem e a narrativa

O filme centra sua narrativa nesses e em outros personagens, dividindo a história em três períodos temporais: anos 1960, 1970 e 1990, com cada um desses períodos focando um grupo de personagens, que se relacionam entre si e formam a estrutura do filme.

Há o narrador, Buscapé (Alexandre Rodrigues), que conta a história da favela desde os anos 1960, quando ainda era conjunto habitacional dominado pelo chamado Trio Ternura, os bandidos Cabeleira (Jonathan Haagensen), Marreco (Renato de Souza) e Alicate (Jefechander Suplino), meros assaltantes que roubavam por pouco dinheiro (caminhões de gás que abasteciam a comunidade). Convivendo com esses, além de Buscapé, irmão de Marreco, Dadinho (Douglas Silva), posteriormente chamado de Zé Pequeno, e Bené (vivido por Michel de Souza e depois por Phellipe Haagensen), irmão de Cabeleira.

Na segunda fase, Dadinho, agora auto-nomeado Zé Pequeno, passa a dominar boa parte das bocas-de-fumo da favela, concorrendo com Sandro Cenoura. Neste momento do filme, o crime organizado já tomou conta do lugar, sendo Zé Pequeno um bandido perigoso, o “vilão” do filme, e Bené, seu comparsa e “sócio” o bandido boa gente, mais interessado em fumar baseado do que em assalto e tráfico de drogas. Na terceira fase, surge o personagem de Mané Galinha (Seu Jorge), que entra no mundo do crime por vingança a Zé Pequeno, estuprador de sua mulher, alinhando-se a Sandro Cenoura contra Zé Pequeno.

A função da narração em *off* no filme é literalmente explicar as histórias e personagens que são introduzidos, e isso acontece ao longo de toda a duração do filme porque, paralelamente à narração explicativa, o filme se utiliza de muitos *flash back* complementares, com o objetivo de fazer as conexões temporais entre situações e personagens, além de letreiros que funcionam com o mesmo propósito explicativo e de marcação das passagens temporais na narrativa. Tal medida é um claro recurso da direção e do roteiro que visa afastar o risco de que a sucessão vertiginosa de imagem e edição, forte característica do filme, provoque confusão no processo cognitivo do espectador em relação ao que se passa na tela.

Nesse mesmo sentido, a fotografia de Cezar Charlone busca ressaltar elementos visuais bastante específicos para identificar cada uma das três épocas em que se transcorre a ação. Assim, os anos 1960 são mostrados com luz muito intensa, com tons amarelados, sobretudo quando o objeto fotografado é o conjunto habitacional. Os anos 1970 são percebidos a partir de uma luz com variações de cores e tons mais acentuados, objetivando a identificação com uma época do “desbunde” cultural setentista e pós-contracultura, quando

cor e movimento ditavam regras estéticas no vestuário, decoração dos ambientes e automóveis. Por fim, os anos 1990 estabelecem outro padrão de iluminação, com uma luz mais fria e poucas variações de cores.

Além do processo com os atores amadores e desconhecidos, em sua maioria (Matheus Nachtergaele, o Sandro Cenoura, era então o mais conhecido do elenco, revelado ao público no filme *O que é isso, companheiro?*), que deu ao filme um forte apelo realista / naturalista, os aspectos mais relacionados à narrativa e à linguagem cinematográfica são destaques na obra. Direção de fotografia e montagem (de Daniel Rezende) são dois dos fundamentos narrativos de extrema importância na estrutura de *Cidade de Deus*, pois não funcionam apenas, respectivamente, como iluminação e corte de edição, mas verdadeiramente como o recurso essencial do andamento da narrativa, sendo a própria narrativa, e unindo-se ao roteiro nesse objetivo. Em *Cidade de Deus* não há subordinação da fotografia e da montagem ao roteiro e sim uma relação de igual importância entre os três aspectos.

A câmera, a partir dos anos 1970, é ágil e sempre em movimento; dimensiona o estado de espírito dos personagens e a ação criminosa do período; os cortes são rápidos e afiados como uma navalha; os planos têm curta duração. Assim como a fotografia identifica os tempos do filme por luz e movimento de câmera, também a montagem vai atuar neste sentido. Enquanto nos anos 1960 narra-se uma comunidade pobre, mais ainda não vitimizada pelo crime organizado, cor, luz e movimento de câmera são mais suaves, na exata medida em que a edição e os cortes permitem que os planos tenham maior duração, permitindo compreender um *locus* e um tempo nos quais os acontecimentos não são vertiginosos quanto nas décadas posteriores.

O ritmo do filme é então ditado pelo tempo da montagem que identifica a duração das cenas de violência orientada pelo efeito de dramaticidade que se deseja causar. Desta forma, há distinções, por exemplo, entre a sequência em que Zé Pequeno tortura psicológica e fisicamente as crianças da favela, e a despedida e morte de Bené. Na primeira, não há tanta movimentação de câmera e os planos têm maior duração, enquanto na segunda

a montagem mal permite que os planos existam tal o frenesi da edição, uma vez que o assassinato acontece em um baile com muitos personagens e situações envolvidos, uma sequência verdadeiramente operística.

A fotografia e a montagem em *Cidade de Deus* são atualmente referência para cineastas internacionais, uma vez que redefiniram o gênero cinematográfico do filme de ação no subcampo do cinema e o modo como se filma lugares “exóticos” e violentos, tornando-se um clássico.

Nesse sentido, a sequência inicial de *Quem quer ser um milionário?* (Danny Boyle, 2008) é uma clara referência ao prólogo de *Cidade de Deus*, onde o esforço da direção de fotografia e a montagem são ontologicamente a própria narrativa, quase que prescindindo de um roteiro. Prêmios nacionais e internacionais foram dados à direção de fotografia e à montagem, além das indicações ao Oscar: o Golden Frog, em 2003, entregue pelo Festival Internacional do Filme na Arte da Fotografia (Camerimage); a montagem foi considerada a melhor de 2002 pela Academia Britânica de Cinema e Televisão (BAFTA).

Enquanto no exterior o filme fora bem recebido por críticas e públicos de diversos países, no Brasil, alguns dos agentes da crítica especializada e outros oriundos da pesquisa acadêmica em cinema definiram restrições ao que o filme apresentava. Um caso envolvendo a recepção dos agentes da crítica brasileira ao filme *Cidade de Deus* se tornou emblemático e elucida questões acerca das distinções sociais que envolvem o cinema narrativo comercial e o cinema de autor e / ou alternativo, além de fazer emergir algumas das disputas e lutas internas do subcampo do cinema que, de alguma maneira, continuam existindo.

Entre o gosto dos agentes da crítica especializada e o gosto dos espectadores, dissonâncias costumam ser identificadas. Ao longo da história do cinema, quase sempre o cinema clássico, produzido em Hollywood, e baseado em um habitus narrativo fundante, é identificado como o cinema do gosto médio ou o cinema do gosto do grande público, enquanto que o cinema contraposto ao cinema clássico (expressionismo alemão,

construtivismo russo, neo-realismo italiano, *nouvelle vague* francesa, cinema novo brasileiro etc.) é recorrentemente aludido como os cinemas da preferência estética da crítica cinematográfica. Obviamente, com as devidas exceções de ambos os lados.

Sobre a polêmica que dividiu críticos a favor e contra ao filme *Cidade de Deus*, o pesquisador e professor da Universidade do Vale dos Sinos (UNISINOS-RS) Fernando Mascarello (2004) critica texto da pesquisadora e professora universitária da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) Ivana Bentes (2001), no qual esta qualifica a obra de Meirelles como “cosmética da fome”, sustentando o argumento de que o filme torna “glamurosa” a violência, não trazendo nenhuma contribuição para o cinema brasileiro em termos estéticos. No texto atacado por Mascarello, e em evento realizado no Espaço Unibanco, no Rio de Janeiro, em 2001, a autora alude ao fato de que a expressão “estética da fome” proposta por Glauber Rocha, em 1965, em forma de manifesto que identificava o cinema novo, objetivava defender a tese que o cinema brasileiro necessitava representar o seu povo na tela de forma a fugir dos estereótipos sobre os pobres que comumente eram mostrados pelo cinema narrativo.

Bentes faz uma paráfrase com a “estética da fome” para aludir ao fato de que *Cidade de Deus* vai em direção contrária ao que Glauber propunha, pois apostava em uma “cosmética da fome”, que seria uma forma esvaziada de representar a violência e a pobreza, mais no sentido do consumo do que da reflexão. Ela aponta para o que considera dualidade de questões no filme, como a da “demonização do negro favelado”, tornado um “assassino por natureza” e a transformação da guerra do tráfico em gênero cinematográfico, a exemplo do que acontece com os filmes hollywoodianos sobre gangues e máfia. A autora defende a idéia de que o legado intelectual de Glauber Rocha e o seu pensamento sobre o cinema nacional e latino-americano (ou seja, sobre as periferias do mundo) continua atual e pertinente, mas ainda sem solução no contexto da globalização.

Ao criticar o posicionamento de Bentes sobre o filme *Cidade de Deus*, Mascarello (2004) alude às categorias teóricas de Pierre Bourdieu, com o objetivo de estabelecer as diferenças entre o gosto dos agentes da crítica especializada, representado por Ivana Bentes, e o gosto

do público, que já demonstrara adesão ao filme de Fernando Meirelles. Percebe-se na polêmica uma clássica distinção de gostos, derivada da produção do subcampo: entre filmes comerciais versus filmes ditos “de arte”, com o primeiro sendo recusado por agentes da crítica especializada. Afirma Mascarello (2004) que há:

Um público ávido por elementos para o exercício da distinção social (no sentido do termo conforme Bourdieu). Isto resta claro e notório, por exemplo, no comportamento do público detrator do filme durante o seminário do espaço Unibanco. Nesta perspectiva, o filme de Meirelles e Lund passa a ser emblema da “estética popular” e do “gosto bárbaro”, ameaçando a legítima “disposição estética” e o “gosto puro”. Para o público usuário, a desqualificação da obra, com base nas estratégias argumentativas da crítica da cosmética da fome, funciona como “uma expressão distintiva de um posicionamento privilegiado no espaço social, que habilita, graças à posse de uma superior capacidade cultural, à fruição de um sofisticado cinema de alta cultura (moderno-revolucionário). A respeito da polêmica em torno de *Cidade de Deus*, uma observação do sociólogo francês é particularmente iluminadora: em seu entendimento, ‘o mais intolerável, para os que consideram os detentores do gosto legítimo, é sobretudo a reunião sacrílega dos gostos que o gosto se esforça em separar’. E não é este justamente o caso do filme? Em seu apelo e reconhecimento quase unânimes por um enorme contingente de público das mais diferentes inserções sociais, *Cidade de Deus* promove como que um “vazamento cultural”, verdadeira invasão, pela plebe rude e inculta (replicando o movimento do protagonista do longa-metragem de Beto Brant), do território simbólico do que, talvez, se poderia chamar ‘o grande cinema brasileiro’ e seu tema preferencial, o nacional-popular. Os quais, de acordo com as autoridades do gosto, estariam reservado aos pretensos herdeiros de Glauber, cineastas e espectadores, a *crème de la crème* da alta cultura cinematográfica nacional.

A recepção dos espectadores

Distribuído pela Lumière, com cem cópias, *Cidade de Deus* estreou em 2002, alcançando um público total de 3.370.871 e renda de R\$ 19.966.086,57, tornando-se naquele ano o maior público desde a Retomada, em 1995. Embora o filme tenha permitido que o cinema brasileiro registrasse um aumento absoluto de 4,5% em relação ao ano anterior, no público total para filmes nacionais, chegando a 7,4 milhões de espectadores, isso não foi suficiente para que a ocupação do cinema brasileiro crescesse no mercado interno, chamado de *market share*, que caiu de 9% para 8% no ano de *Cidade de Deus*. A explicação é recorrente: em 2002, os filmes estrangeiros tiveram um ano excepcional em que sua

participação no mercado, em termos de público, aumentou 23%, proporcionando um crescimento geral na participação dos filmes norte-americanos e de língua inglesa:

O impulso maior desse crescimento foi *Homem-aranha*, um fenômeno com o qual não se pode contar todos os anos. Com mais de 8,4 milhões de ingressos vendidos, *Homem-aranha* abocanhou, sozinho, quase 10% do mercado. A soma do público dos dez primeiros colocados do *ranking* 2002 apresentou um crescimento de 65% em relação ao mesmo total de 2001, e *Homem-aranha* foi o principal responsável por isso. Também tiveram excelente desempenho os filmes *O senhor dos anéis* (4,2 milhões de espectadores), e outros três títulos que ultrapassaram três milhões de ingressos vendidos (*Harry Potter e a câmara filosofal*, com 3,9 milhões; *Homens de preto 2*, com 3,4 milhões, e *Scooby Doo*, com 3,1 milhões). (Database Brasil 2002).

2.4 Estudo de caso 4: Tropa de elite

O contexto

Tropa de elite surgiu na segunda metade do ano de 2007 como um boato sobre um filme produzido a respeito do Batalhão de Operações Especiais (BOPE) da Polícia Militar do Rio de Janeiro, com uma cópia que teria sido retirada das salas de montagem, reproduzida e vendida aos milhares em DVDs piratas. À época, muito se falou se de fato a reprodução pirata seria um crime de direito autoral ou uma estratégia de marketing para divulgar o filme que estrearia sua carreira comercial na primeira semana de outubro daquele ano, depois de apresentado no Festival Internacional do Rio de Janeiro, em 20/09/2007.

Crime ou marketing, o fato é que em pouco tempo o país se via tomado pela discussão em torno da pirataria do filme e principalmente sobre seu conteúdo, tornando-se um inédito caso de grande repercussão para um filme nacional antes mesmo de sua estreia. O estardalhaço foi tanto que intelectuais e anônimos se pronunciavam nos fóruns da Internet, mesmo quando sequer haviam assistido ao filme, dirigido por José Padilha e inspirado no livro *Elite da tropa*, de Luiz Eduardo Soares (antropólogo), André Batista e Rodrigo Pimentel (ex-integrantes do BOPE).

Três dias antes do lançamento comercial limitado do filme nos cinemas (05/10/2007) e dez dias antes do lançamento nacional (12/10/2007), a editoria de Cinema, na seção Grupo de Discussão, do *Universo On Line* (UOL), lançou em 02/10/2007 o debate *O que você acha da polêmica criada em torno de “Tropa de Elite?”*. Até o dia 06/12/2007, às 20h44, ou seja, 65 dias depois do início da discussão, 835 comentários de internautas haviam sido postados, sendo que deste total 589 comentários foram realizados em pouco mais de dois dias até as 23h52 do dia 04/10/2007, ou seja, véspera do lançamento limitado do filme. Donde se conclui que opiniões foram emitidas sobre uma obra audiovisual que sequer havia sido lançada comercialmente, com a sua visibilidade restrita àqueles que teriam adquirido o DVD pirata ou visto em uma sessão do Festival Internacional de Cinema do Rio de Janeiro, em setembro.

De tal cenário é possível afirmar que se trata de um recorde se levado em consideração que, diariamente, são lançados pelo UOL um ou mais grupo de discussão sobre assuntos diversos relacionados ao cinema, sendo ainda mais inusitado o fato de que uma produção nacional tenha desencadeado tanto interesse. No entanto, analisando-se o conteúdo das mensagens dos espectadores / internautas se percebe, em primeiro lugar, que a temática do filme (polícia, criminalidade, tráfico de drogas, tortura, política pública) causa muito mais apelo e comoção pública do que o filme nacional em si. Em outras palavras, houve essa repercussão no grupo de discussão porque se trata de um filme nacional que aborda uma questão da maior relevância social e não apenas por ser um filme brasileiro, embora muitos internautas abordem questões de linguagem cinematográfica, quase sempre elogiosas à narrativa do filme de José Padilha.

Retorna-se, então, à questão da pirataria: o dado curioso é a probabilidade de que muitos comentários de internautas que eventualmente assistiram ao filme antes de sua estreia nos cinemas o tivessem feito por meio das cópias piratas, transparecendo uma contradição entre subjetividade e discurso desses agentes. Senão, observe-se o quão contraditório e paradoxal pode ser o comportamento de um agente que critica as instituições pela omissão em relação ao crime e à violência no país; apoiam o filme que pretensamente faz essa denúncia, mas “esquecem” que eles mesmos (os agentes internautas / espectadores), pelo menos alguns ou

muitos deles, assistiram ao filme por via de cópias piratas mal acabadas compradas no camelô da esquina, configurando-se assim em crime que lesa o direito autoral, tipificado na legislação penal brasileira.

Em 2005, o diretor de *Tropa de elite*, José Padilha, havia lançado o elogiado documentário de longa-metragem *Ônibus 174*, seu primeiro filme, sobre a tragédia que envolveu o seqüestro de um ônibus urbano no bairro do Jardim Botânico, no Rio de Janeiro, em 12/06/2000, resultando na morte do sequestrador e de uma de suas reféns. O elogio que recebeu da crítica especializada em 2005, por se posicionar duramente contra a ação e hesitação das autoridades naquele momento, pode ser contraposto à rejeição com que *Tropa de elite* foi recebido em 2007 por essa mesma crítica especializada, que elogiou o filme anterior, e a intelectualidade. Tornou-se lugar comum categorizar o filme como “de direita” ou “fascista”⁸², qualificativos recorrentes quando se desejasse denegrir o filme.

Mais do que em *Cidade de Deus*, o posicionamento da crítica especializada e dos intelectuais em relação ao filme *Tropa de elite* segue linha de raciocínio mais ou menos contundente e crítica, que ressalta o apelo que ambos os filmes produzem: a adesão pelo impacto do desconhecido (em *Cidade de Deus*) ou a identificação literal (em *Tropa de elite*). Afirmou o crítico literário Robert Schwarz (STRECKER, 2008):

A novidade e a revelação de *Cidade de Deus* - mais o romance do que o filme - é o ponto de vista narrativo, interno à vida dos bandidos. Como esta é violentíssima e quase anônima, o leitor não se identifica com ela, embora a veja por dentro e fique estatelado. Também em *Tropa de elite* o ponto de vista é interno, mas agora à ação da polícia. Estimulado pela farda, pela empatia com os atores, que são astros, e pela missão justiceira, o espectador pode se identificar à violência desvairada e aprovar inclusive a tortura. Ao que parece é o que aconteceu com boa parte do público.

De qualquer forma, os agentes da crítica, para justificar a repercussão desses filmes, tendem a realizar análises preconceituosas com relação aos espectadores que aderem positivamente ao filme. Continua Schwarz:

É verdade também que o espectador sem queda para os prazeres sádicos pode encarar os heróis com distância horrorizada, como anti-heróis. Nesse caso, ele vê a polícia dividida entre a corrupção e o enlouquecimento, o

⁸² O roteirista Fernando Bonassi assim o classificou em entrevista a Miguel de Almeida, durante o Programa Cinema em cena, da TV SESC, no dia 04/10/2009.

que não é banal e não deixa de ser instrutivo. Se estou bem lembrado, Eugênio Bucci observou que os bandidos de *Cidade de Deus* têm muito de empresários. Em *Tropa de elite*, dependendo do ângulo, os fanáticos da justiça vão mais longe que os piores malfeitores. São exemplos da desigualdade degradada, ou das afinidades de fundo entre os pólos sociais. (STRECKER, 2008).

Do ponto de vista da recepção dos agentes especialistas no exterior, fato curioso aconteceu com a premiação de *Tropa de elite* com o Urso de Ouro (melhor filme) do Festival de Berlim de 2008, entre 20 filmes de longa-metragem concorrentes no evento competitivo principal. A mostra, a segunda em relevância no subcampo do cinema internacional (perde apenas para Cannes, França), surpreendeu, com o resultado, o universo de agentes envolvidos – críticos especializados, jornalistas, cineastas etc. – que acompanham o desenrolar do festival, uma vez que Berlim costuma premiar filmes mais “à esquerda”. Ainda mais surpreendente - para o subcampo - é que o júri em questão foi presidido por Costa-Gavras, cineasta greco-francês bastante conhecido por determinado posicionamento político em seus filmes - *Z* (1969), *Estado de sítio* (1972), *Seção especial de justiça* (1975), *Desaparecido – um grande mistério* (1982) etc. Com o inesperado resultado em face do Urso de Ouro outorgado a *Tropa de elite*, Costa-Gavras foi muito questionado pela imprensa internacional que cobriu o evento.

Com esse episódio, é possível concluir por essas hipóteses, alternativa ou cumulativamente:

- A questão da luta ideológica (direita versus esquerda) permanece forte no interior do subcampo do cinema, no Brasil e no estrangeiro.
- Costa-Gavras e o júri do festival, por extensão, podem ser ideologicamente posicionados à esquerda, mas reconheceram o valor de “filme-denúncia” em *Tropa de elite*.
- *Tropa de elite* não seria, então, um filme “de direita” e “fascista”, conforme se colocaram os agentes da crítica e da imprensa especializada no Brasil e no mundo, conotando-se a inadequação das distinções político-ideológicas no mundo contemporâneo, que, não obstante, permanecem como força simbólica suficiente para ainda mover a ação de determinados agentes do (e no) subcampo.

É possível supor que não foi somente a pirataria que permitiu que *Tropa de elite* se tornasse um filme bem-sucedido em termos de visibilidade pública. Há indícios de que essa prática ilegal foi iniciada na periferia que é retratada pelo filme, estendendo-se para outros espaços, como a classe média e, conseqüentemente, a mídia, que a repercutiu e, involuntariamente, a incentivou. É igualmente verdade que o fato ocorrido dois meses antes do lançamento oficial do filme gerou polêmicas intensas, que desencadearam discussões nacionais a respeito não apenas de pirataria, mas também sobre tráfico de drogas, corrupção policial, que só fizeram com que o filme fosse ainda mais visível. Além disso, há os aspectos inerentes à linguagem e a narrativa do filme, que são o veículo de exposição e abordagem desses temas.

Quando da estreia do filme, o diretor José Padilha se declarou incomodado com a repercussão da crítica. Matéria publicada na Folha de S. Paulo noticiava que:

Padilha classifica as críticas de que tem sido alvo como “patrulhamento ideológico” e acha que estão relacionadas ao sucesso popular do filme. “Filmes que têm alcance popular são sempre patrulhados na sociedade brasileira”, afirma. A existência de antecessores não elimina o desagrado de Padilha com o que classifica como “linchamento moral” a que seu filme está sendo submetido... (...) ... Padilha diz que somente usando “os óculos do patrulhamento ideológico”, alguém pode atribuir o caráter heróico ao personagem de Nascimento. “Ele é um homem que sofre crise de pânico e quer sair do BOPE, porque descobre que a ideologia em que acreditava não é compatível com uma família, o mínimo núcleo de uma sociedade civilizada. Essa é a premissa do personagem”. (ARANTES, 2007).

A linguagem e a narrativa

O filme *Tropa de elite* está estruturado em duas partes, que são unidas narrativamente por um evento específico que junta os três protagonistas mais ou menos na metade da duração do filme. Na primeira parte, é abordada a questão da corrupção na Polícia Militar do Rio de Janeiro, quando dois aspirantes a oficial, amigos desde a infância, Neto (Caio Junqueira) e André Matias (André Ramiro), são integrados à corporação. Cotidianamente, os dois se veem envolvidos no ambiente de trabalho – Neto na coordenação da oficina da PM; Matias

no setor de estatística de crime - em situações que denotam as falhas estruturais, institucionais e de recursos humanos da corporação.

Honestos e bem intencionados, os dois aspirantes tentam resolver os problemas que lhes cabem da maneira correta e legal. Como tais procedimentos não logram êxito, os dois decidem lançar mão de artifícios, como se servir do produto da corrupção, com o apoio do Capitão Fábio (Milhem Cortaz), para “corrigir” as falhas provocadas pelo próprio modelo da corrupção, ou seja, “usar o sistema contra o próprio sistema”.

Este ato traz como consequência a retaliação do corrupto comandante do Batalhão (Marcelo Escorel), que fora “prejudicado” na jogada armada pelos dois aspirantes, enviando o Capitão Fábio para a favela, fazendo crer aos dois aspirantes que o capitão seria morto. Neto e Matias correm em socorro de Fábio. Na favela, ao presenciar a ação da Polícia, os dois, inexperientes em situações do gênero, atiram, provocando tiroteio entre policiais e traficantes. Então, o Batalhão de Operações Especiais (BOPE) da Polícia Militar é chamado para intervir e solucionar a questão.

A segunda parte coloca foco no rigoroso e intenso sistema de treinamento do BOPE, para onde os aspirantes Neto e Matias decidem ir depois da confusão na favela. Lá, serão treinados pelo Capitão Nascimento (Wagner Moura), que pretende com isso encontrar um substituto para si no comando das missões do BOPE em favelas do Rio de Janeiro. Muitos policiais fazem parte desse treinamento, mas poucos conseguem chegar até o fim. No dizer dos integrantes do BOPE, os fracos e corruptos são eliminados pouco a pouco, permanecendo apenas aqueles de caráter e alto grau de resistência física e psicológica.

O Capitão Nascimento é o narrador do filme; é ele que conta a sua própria história, bem como a de Neto e Matias. Nascimento utiliza métodos como a tortura para conseguir informações de bandidos e traficantes. Vive uma crise emocional porque deseja sair do BOPE para se dedicar à esposa, que reclama a sua presença, e ao filho que vai nascer, mas encontra muita dificuldade para achar um substituto à sua altura. Para completar, quando o

filme começa, é dada a ele a missão de coordenar a segurança no Rio quando da terceira visita do Papa João Paulo II à cidade.

Fortemente influenciado pela linguagem e a narrativa de *Cidade de Deus* (conta, inclusive, com dois profissionais deste filme em seus créditos, o roteirista Bráulio Mantovani e o montador Daniel Rezende), *Tropa de elite* vai buscar na figura do narrador-personagem principal o elemento mais narrativo do filme, que explica e aponta aquilo que eventualmente poderá ser pouco claro para o espectador. Igualmente se utiliza de letreiros explicativos (em menor quantidade do que em *Cidade de Deus*) e do congelamento da imagem, para marcar o longo *flash back* explicativo, que divide e ao mesmo tempo reúne as duas partes e os personagens principais do filme.

Mas, as semelhanças não param por aí. A fotografia, que se apóia em cenas com câmera na mão, e a edição de cortes secos, assim como o desenho do som definem um padrão de filme de ação, inaugurado pela estética de *Cidade de Deus*. A direção de fotografia de *Tropa de elite* opta por iluminar o Rio de Janeiro em tons sombrios, às vezes levemente esverdeados ou cinzas, mas sempre opacos, induzindo à idéia de uma cidade distante da estética de cartão postal presentes em muitos filmes que a têm como cenário.

Assim como no filme de Fernando Meirelles, que teve alguma de suas falas tornadas bordões – “Dadinho é o caralho, meu nome é Zé Pequeno, porra!” -, em *Tropa de elite*, a popularidade também alcançou o Capitão Nascimento, cujas frases “Xerife, o senhor é um fanfarrão!” ou “Pede pra sair!”, dirigidas durante o treinamento aos aspirantes a “caveiras” (como são conhecidos os integrantes do BOPE), tornaram-se parte da cultura *pop* contemporânea.

O filme adere à clássica formulação narrativa de jornadas envolvendo os três protagonistas – Nascimento, Neto e Matias -, todos policiais considerados honestos, por extensão heróis, mas com perfis diferenciados, nos quais razão e emoção se alternam com objetivos do bem comum, ainda que os fins justifiquem os meios, conforme acontece nas narrativas de ação

do cinema hollywoodiano. Eles são antagonizados pelos vilões, os policiais corruptos da Polícia Militar e os traficantes da favela, sobretudo Baiano (Fábio Lago).

Um aspecto de relevante distinção entre *Tropa* e *Cidade* é que o primeiro vai relacionar muito fortemente, de forma literal e escancarada, a existência do tráfico de drogas à ação da própria sociedade, mais especificamente a classe média, que as consome com a conivência de alguns integrantes da Polícia, que ganham com isso. Assim, ao contrário de *Cidade de Deus*, a ação de *Tropa de elite* se encontra muito mais centrada no “asfalto” do que na favela, determinando uma relação de causa e efeito, na qual os protagonistas, sobretudo o Capitão Nascimento, agirão de forma a minimizar a promíscua relação entre esses dois espaços sociais, no qual um (o tráfico na favela) existe porque o outro (o asfalto, a zona sul, a classe média) demanda por seus serviços, ainda que se utilizando de métodos ilegítimos e ilegais para conter esse fluxo.

A recepção dos espectadores

Em seu ano de lançamento – 2007 –, *Tropa de elite* foi distribuído no Brasil em 280 cópias, que percorreram 321 salas, alcançando um público pagante total de 2.417.754, o que resultou em renda de R\$ 20.395.477,00, posicionando o filme no quinto lugar do ranking da retomada. *Tropa de elite* possibilitou que a participação do cinema nacional no mercado interno aumentasse 3,7% em relação ao ano anterior, atingindo dez milhões de ingressos vendidos.

O outro *blockbuster* nacional a influir no resultado geral, foi *A grande família – o filme*, que também ultrapassou a casa dos dois milhões de ingressos vendidos. Além deste filme, baseado em série de televisão, outros filmes com emblema Globo Filmes alcançaram desempenho médio: *Primo Basílio*, *Ó pai ó* e *O homem que desafiou o diabo*, fazendo com que o *market share* (participação no mercado) dos filmes nacionais ficasse em 11,6%. O restante da produção nacional mal atingiu a casa dos dez mil espectadores:

Pela primeira vez desde 2001, o público total de cinema no Brasil não passou da casa dos 90 milhões de espectadores. Em 2007, o mercado

atingiu a marca de 89,3 milhões de ingressos vendidos – o que representa uma queda de 1,1% em relação a 2006. (...). Mesmo contando com uma cartela de *blockbusters* como há muito tempo não se via – incluindo novas entradas das franquias *Homem-aranha*, *Harry Potter*, *Shrek* e *Piratas do Caribe* –, 2007 foi o terceiro ano consecutivo em que o público de cinema do país apresentou queda. Apesar disso, as bilheterias continuaram registrando um discreto crescimento, puxado pelo aumento no preço médio do ingresso (PMI), que fechou em R\$ 7,98 – 4% acima do PMI de 2006 (R\$ 7,68). (...). O público dos filmes estrangeiros, por sua vez, caiu 3,8%, para fechar o ano com 78,2 milhões, e o público total dos dez filmes mais vistos do ano aumentou 2,1% em relação a 2006, fechando em pouco mais de 33 milhões. (Database Brasil 2007).

2.5 Síntese dos aspectos narrativos nos quatro estudos de caso

- **A narração em off:**

Em *Central do Brasil*: não existe.

Em *Lavoura arcaica*: existe (André, com a voz de Luiz Fernando Carvalho, diretor do filme), mas não como função propriamente narrativa, no sentido da narrativa cinematográfica (o de fazer a história seguir em frente), mas como expressão da subjetividade do personagem, que é quase isento de narrar fatos objetivos.

Em *Cidade de Deus* e *Tropa de elite*: existe em ambos os casos (respectivamente, Buscapé, na voz de Alexandre Rodrigues; Capitão Nascimento, na voz de Wagner Moura) com a clara intenção explicativa, reiterativa e esclarecedora de tornar os enredos compreensíveis, sobretudo em função do número de personagens e variações temporais e espaciais da história.

- **Roteiro:**

Em *Central do Brasil*: linearidade no roteiro.

Em *Lavoura arcaica*: não linearidade, reforçada pela narração em off.

Em *Cidade de Deus*: não linearidade mitigada pelo trabalho da fotografia e montagem, assim como pela narração em *off*.

Em *Tropa de elite*: linearidade, com discreta interrupção da narrativa que não compromete o sentido do todo linear, que é reforçado pela narração em *off*.

- **Fotografia e estética visual:**

Em *Central do Brasil*: a fotografia tem papel fundamental na definição dos cenários do filme – a cidade grande e o sertão –, com bom número de planos gerais tanto da Estação da Central do Brasil quanto do sertão nordestino, com predomínio de uma luz em tons amarelados. Também define um padrão estético na segunda metade do filme – narrativa que se passa no sertão nordestino – que dialoga com certa tradição cinemanovista, mas atualizando-a no sentido de fazer com que a luz pareça menos agressiva e contundente (do que, por exemplo, em *Vidas Secas*). Os planos são mais abertos e de maior duração do que na primeira parte.

Em *Lavoura arcaica*: a fotografia é a própria narrativa, sendo sombria, escura, desfocada e distorcida quando do tempo do sofrimento de André; e solar, clara, perfeitamente enquadrada e com foco nas reminiscências de infância e adolescência dos personagens.

Em *Cidade de Deus*: a fotografia adquire uma função literalmente narrativa no sentido da explicação, variando de cor e tom, conforme o contexto. Mas, de certa forma, subverte os enquadramentos quando opta pelo movimento contínuo da câmera, em certos momentos que não necessariamente são aqueles relacionados à ação física e embate das gangues. A fotografia torna-se uma referência no subcampo do cinema internacional.

Em *Tropa de elite*: a fotografia segue uma tendência inaugurada com *Cidade de Deus*, embora com mais economia nas variações de cor e tom, buscando um caminho mais definido pelo gênero do filme de ação.

- **Montagem e edição:**

Em *Central do Brasil*: linear, com variações de duração dos planos nas três partes: mais ágil, na primeira (que se passa na estação da Central do Brasil); mais contemplativa da paisagem, na segunda parte (que se passa no sertão do Nordeste) e na terceira, onde se fundem as duas orientações até o final do filme.

Em *Lavoura arcaica*: não-linear, com muita variação na duração dos planos, alternando sequências ora com muitos cortes, ora com menos. Tal alternância de tempo dos planos define um padrão de não linearidade, reforçada pelo grande número de *flash back* posto na narrativa.

Em *Cidade de Deus*: a montagem define um padrão de planos muito curtos ao longo de toda a narrativa, com poucas exceções; isto é fundamental para determinar o ritmo frenético que o filme tem quase que em toda a sua extensão. Também a montagem tornou-se uma referência para o subcampo do cinema internacional.

Em *Tropa de elite*: assim como na direção de fotografia, a montagem segue um padrão estabelecido por *Cidade de Deus* para filmes do gênero.

QUADRO 14 Localização dos filmes na escala narrativa

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
A - Narrativas Lineares				B - Narrativas Não-lineares			C - Não-narrativas		
<i>Central do Brasil</i>				<i>Lavoura arcaica</i>					
<i>Cidade de Deus</i>									
<i>Tropa de elite</i>									

Obs.: Para efetuar esta classificação são levados em consideração os aspectos: narração em off, roteiro, fotografia, montagem, ritmo e diálogo com o espectador.

VI
CLASSE SOCIAL E NARRATIVA: O CINEMA NACIONAL VISTO PELA
CLASSE MÉDIA

1 Os filmes *Central do Brasil*, *Lavoura arcaica*, *Cidade de Deus* e *Tropa de elite* na percepção de sete agentes de classes médias

É deste modo sabido que indivíduos ocupando posições diferentes no espaço social podem dar sentidos e valores inteiramente diferentes, ou mesmo opostos, aos adjetivos ordinariamente utilizados para caracterizar as obras de arte ou os objetos da existência quotidiana. (BOURDIEU, 1996, p. 335)

Sobre os filmes nacionais abordados na pesquisa torna-se necessário fazer algumas distinções entre os quatro títulos, a partir das categorias consideradas ao longo da tese. Sob o prisma da atividade cinematográfica como subcampo transnacional, os quatro filmes (*Central do Brasil*, *Lavoura arcaica*, *Cidade de Deus* e *Tropa de elite*) são considerados “alternativos” no sentido de não pertencerem à linha de produção e distribuição norte-americana presente majoritariamente no mercado brasileiro, o chamado cinema *mainstream*.

Sob a perspectiva da atividade cinematográfica brasileira como circunscrita ao subcampo do cinema nacional, altera-se o padrão das distinções, estando os filmes *Tropa de elite* em um patamar de cinema de apelo mais comercial, seguidos de perto pelas produções *Cidade de Deus* e *Central do Brasil*. Neste sentido, *Lavoura arcaica* será então o único filme seguramente qualificado como “alternativo”.

Ao distinguir *Lavoura arcaica* como “alternativo”, esta qualificação abrange dois aspectos. O primeiro se relaciona às estratégias e ao circuito de distribuição e exibição do filme no mercado nacional, que restringiu o filme majoritariamente às salas alternativas mantidas pelo poder público (no caso do Recife, o Cinema da Fundação) ou às salas mantidas pela iniciativa privada, mas na forma de circuito para filmes alternativos ou de arte (Espaço Unibanco, Cinemas do Estação, no caso do eixo Rio – São Paulo). O segundo diz respeito à sua linguagem e narrativa, que o categorizam como “filme alternativo” ao cinema de mercado, por razões já observadas anteriormente, mas que continuarão a ser expostas a seguir.

Os espectadores empregam suas próprias categorias de percepção da obra cinematográfica, sendo trabalho difícil acessá-las satisfatoriamente, por meio de pesquisas cujos dados emergem do simples preenchimento de questionários, com temas tópicos já bem delineados pelo pesquisador. É necessário adentrar na metodologia e nas técnicas de coleta de dados, estabelecendo entrevistas específicas e em profundidade com os espectadores, objetivando perceber aquilo que, na linguagem de Bernard Lahire, sugere uma “fabricação social do espectador”.

Diferentemente da pesquisa com aplicação de questionários, com perguntas previamente formuladas e respostas restritas a determinado número de opções, a entrevista em profundidade, através de seu alto teor de subjetividade, permite o surgimento de emoções individualizadas e certas incoerências internas subjetivas do espectador, que se revelam no processo e na interação entre entrevistador e entrevistado.

Bernard Lahire cogita não haver disposições (ou *habitus*) impermeáveis nas classes médias, sendo exatamente neste universo onde se encontram mais dissonâncias entre indivíduo e classes social de pertencimento. O espectador abordado nesta tese pertence às classes médias, enquadrando-se em algum dos tipos categorizados na terceira parte deste trabalho (ver Quadro 5), mas os perfis desenvolvidos especificamente nas entrevistas em profundidade serão melhor reconhecidos em qualquer um dos subtipos espectador médio de primeiro grau, espectador médio de segundo grau e espectador médio de terceiro grau, pois representam a maior parte do universo de espectadores.

1.1 Perfil I – F. A. D. P. L. (entrevista em 06 de julho de 2008)

O espectador número 1 é homem, 58 anos, solteiro, historiador e museólogo, possui mestrado e doutorado, reside no bairro de Casa Forte, zona nobre da cidade do Recife.

Considera-se um amante do cinema e somente assiste a filmes nas salas de exibição, pois sequer possui aparelhos de DVD e/ou videocassete. Em termos de gênero cinematográfico tem preferência por dramas e documentários; lê às vezes artigos e comentários sobre filmes

em mídias e veículos especializados, mas sempre procura no jornal informações sobre os filmes a que pretende assistir, inclusive porque não sabe nem tem interesse em acessar a Internet.

O enredo do filme é o que o mobiliza na escolha de um filme, mas o faz sempre de acordo com o “momento psicológico que está vivenciando”. Assiste a filmes como uma forma de se “ocupar espiritualmente” e para se informar sobre a realidade em que vive. Para ele, isto é, lazer e “higiene mental”, mas admite também apreciar “coisa mais leve”. No momento da entrevista se declarou vivendo uma fase um tanto “depressiva”, e talvez tal situação justifique o fato de ter respondido que prefere que os filmes tenham preferencialmente um final feliz. Gostaria de ir mais ao cinema, mas se ressenete da programação do circuito de salas, segundo ele, muito restrita. Quando viveu em Portugal (à época da pesquisa do doutorado que realizou na UFPE), se dizia impressionado com o número de salas de cinema na capital portuguesa, onde havia bem mais opções do que se encontra no Recife.

Sua lembrança mais antiga sobre o cinema nacional remonta à década de 1970, quando com pouco mais de 20 anos viveu no Rio de Janeiro e teve a oportunidade de assistir aos filmes de Ana Carolina Teixeira Soares e as adaptações cinematográficas dos contos de João Silvério Trevisan, bem como alguma coisa do cinema novo dos anos 1960. Nessa época, na Cinemateca do Museu de Arte Moderna (MAM), assistiu a duas adaptações de obras de Graciliano Ramos: *Vidas secas* (Nelson Pereira dos Santos, 1963) e *São Bernardo* (Leon Hirzman, 1973), considerando este último “uma coisa interessantíssima”, sobretudo porque havia lido o romance e por conta das atuações de Isabel Ribeiro (no papel de Madalena) e Othon Bastos (que viveu Paulo Honório).

Acredita que há certo preconceito generalizado com o que ele considera “cinema de qualidade”, categoria na qual inclui o cinema nacional. No entanto, ao mesmo tempo em que revela certa deferência ao cinema nacional, também é capaz de reconhecer, ironicamente, pelo menos um dos problemas estruturais do cinema brasileiro: quando da exibição de créditos de determinado filme nacional, observou a participação do Banco

Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) como fonte de recursos financeiros para a produção do filme:

O Estado sempre financiou o cinema nacional e bem, né? É (*a sua ironia*) uma crítica que faço, digamos assim, aos cineastas e ao cinema nacional. Esses cinemas todos, eles sempre foram feito com dinheiro nacional. Ele (*o cinema e Glauber Rocha*) fez esse discurso todo, digamos assim, de solidariedade ou populista ou operístico ou neorealista etc com o dinheiro do Estado, mas acho que foi menos mal porque quem, fora o Estado, iria financiar esse tipo de cinema? Um cinema dirigido para um público muito restrito, não é?

F. acredita que faz parte de uma geração, em termos etários e de formação intelectual, que desde jovem, em sua socialização familiar, foi incentivada a prestar atenção ao cinema brasileiro como forma de compreender a realidade social do Brasil.

Eu fui criado numa família onde isso era muito discutido, onde se discutia política, literatura, cinema, teatro. Meu pai tinha um lado jornalístico além de ser fotógrafo. Minha mãe era uma mulher socialista, sendo pobre (*rindo*), era socialista. Aí eu fiquei curioso. Eu vi esses filmes todos muito nesse sentido. E depois lá em casa nós éramos proibidos de ver filme de *cowboy*. Minha mãe era um pouco anti - americana e nós fomos todos levados a ver um filme de melhor qualidade. Cinema japonês eu vi muito cedo... Então eu criei certa proximidade do cinema, o cinema de qualidade que eu acho que era a proposta do cinema novo. Não vi pornochanchada, por exemplo, nem vi as chanchadas da Atlântida. Não nosso dizer que a minha formação e nem o meu gosto por cinema foi formado pela chanchada da Atlântida. Até gostaria de ter visto, mas não vi. Vi filmes mais sérios até demais para minha idade.

No entanto, ao rever, há alguns anos, o filme *O Dragão da Maldade contra o Santo Guerreiro* (Glauber Rocha, 1969), considerou que o filme lhe pareceu datado, embora lhe tenha gerado, no passado, quando adolescente, forte impacto. Afirma que sentiu dificuldade em compreender a obra de Glauber, parecendo-lhe “mais uma ópera cinematográfica de que propriamente um filme”: “Eu acho que se ele tivesse feito uma coisa mais narrativa, mais na estrutura do romance, talvez fosse mais compreendido ou mais compreensível para grande parte do público”. Atualmente, afirma assistir a poucos filmes nacionais, mas ficou positivamente impressionado com *Chega de saudade* (Laís Bodanzky, 2008) e *Vinícius* (Miguel Faria Jr., 2005).

Antes da entrevista apenas assistira a *Central do Brasil* (no cinema), e se recusara a ver *Cidade de Deus* e *Tropa de elite*, por conta da temática da violência, que o assusta, além de haver “perdido” *Lavoura arcaica*.

Ao rever trechos de *Central do Brasil*, F. refletiu bastante sobre a realidade social do Brasil que, segundo ele, o filme discute, mas ressalta que, ao mesmo tempo em que expõe um mundo empobrecido e triste, que se desloca da periferia do Rio de Janeiro para o sertão do Nordeste, o filme dirigido por Walter Salles é repleto de “poesia” e “redenção”. Reconhece que tal temática emerge no filme de uma forma que considera “muito triste” porque mostra uma paisagem de “cores ácidas”; diz ele se referindo à paisagem física, construída pelo homem (terrenos baldios no entorno da estação ferroviária, cortiços decadentes, móveis velhos), mas também à paisagem humana (os gritos, a qualidade das relações humanas). Para ele, destaca-se a tristeza e também as grandes dimensões que tais estruturas físicas construídas pelo homem e que remontam a um Brasil de meados do século XX, da era getulista. A qualidade humana a que se refere é representada, sobretudo, pelas atuações de Fernanda Montenegro, Vinícius de Oliveira e da coadjuvante Marília Pera. Avalia o trabalho desta última como de extrema densidade.

No entanto, com sua verve irônica e de fina inteligência, foi capaz de, mais uma vez, fazer comentário alusivo extra - filme ao diretor Salles:

A primeira coisa é algo meio indiscreto, né? É a dimensão autobiográfica de um filme feito por um menino rico (*refere-se ao diretor Walter Salles*) sobre um menino pobre, não é? E inicialmente a gente fica comovido com a qualidade do drama humano. A primeira coisa que ressalta é que, no Brasil, a questão social continua sendo tratada como um caso de polícia. E depois uma coisa muito interessante que pra mim ele mostra é essa grande dimensão demográfica do Brasil. Não dá para tomar conta dessa grande massa e esses dramas humanos todos. Quer dizer, essa massa que se projeta, essa massa que vai para esses cortiços, essa maldade dessa falsa escritora de cartas, esse menino e essa mãe abandonados por essa desestruturação familiar, essa sociedade toda saturada, digamos assim... A periferia do Rio de Janeiro onde as pessoas dos lugares mais longínquos do Brasil são jogados ali... Essas pessoas vão sobreviver quase ao acaso. A prostituição, a mendicância, o roubo, o morticínio... e essa coisa do analfabetismo...

Pessoa que cultivava um estilo de vida à moda antiga, F., além de não possuir aparelhos de DVD em casa também não possui automóvel, embora disponha de padrão financeiro para tanto. Prefere se locomover pela cidade do Recife de ônibus ou taxi. Além de ser leitor assíduo que não se interessa apenas pela literatura específica de sua área de formação (museologia, história), mas mantém o hábito de ler livros sobre outras ciências humanas, biografias de escritores e romances, e também jornais. Sob certo ponto de vista, tem uma vida solitária, comum a um solteiro com perfil intelectual, como é o seu caso.

Com relação à frequência ao cinema, vai mais às salas multiplexes do *shopping* do que ao Cinema da Fundação, por exemplo. O filme visto no multiplex é prático porque se integra com alguma refeição a ser feita no centro comercial e uma visita à livraria. Outro passeio que aprecia (e o faz frequentemente) é passar na Livraria Cultura do Shopping Paço Alfândega no centro da cidade, aos domingos à tarde, para onde converge um grande número de pessoas de classes médias, cujo interesse foge ao lazer mais prosaico de uma cidade nordestina, onde a praia é opção de lazer para tantos indivíduos de classes médias e classes populares.

Quando assistia a trechos do filme *Central do Brasil* referiu-se às cenas que se passam no interior da Estação da Central do Brasil, mais especificamente o momento onde as pessoas embarcam nos trens superlotados como “esgoto social”. Posteriormente, explicou a metáfora empregada:

Na medida em que aquelas pessoas entram pelo lugar que não deviam entrar (*as janelas dos trens*), parece aquelas águas que descem pelos bueiros dos esgotos. Melhor dizendo, das sarjetas, né? É um mundo de sarjeta a estação central. Toda estação central é um mundo de sarjeta: sexo, droga, roubo, morticínio, essas pessoas entrando por aquele trem... porque elas deviam entrar pelo direito delas, social, pela porta, né? Os trens e os transportes, as pessoas não devem entrar pelas portas? Por que entra pela janela? É uma sociedade onde todo mundo entra pela janela. Então, o esgoto social é aplicado digamos assim a essas pessoas daí..., mas também é aplicado (*o termo esgoto social*) a essa coisa que no Brasil a gente chama de elite, quem está no topo do poder político-econômico está também numa sarjeta social, no caso porque querem, digamos assim, aplicar golpes.

Quando *Central do Brasil* entrou em cartaz, em 1998, era o tempo primeiro da chamada Retomada do cinema brasileiro, que aconteceu a partir da repercussão junto ao público

espectador de filmes como *Carlota Joaquina* e *O quatrilho*. Assim, o filme dirigido por Walter Salles, embora elogiado pela crítica e por parte dos espectadores de classes médias, era por vezes negativamente mencionado por faixas de público por veicular a pobreza nacional em um filme importante que repercutiu internacionalmente. Sobre isso, F. observa que:

Parece-me que muita gente vai ao cinema para se distrair, então é muito mais interessante ver um filme que não tem essa contundência social ou que não seja esse documento social que é *Central do Brasil* porque o filme é a antítese de qualquer coisa agradável. Eu acho que grande parte da população talvez não tenha certo amadurecimento para ver isso... E eu acho que Walter Sales foi muito feliz; ele e outros cineastas quando pegam esse mundo do mau gosto, esse mundo da cafonice que nem é o mundo da miséria excessiva, mas é esse mundo da franja social, esse mundo assim meio cafona, pobre...

Sobre *Lavoura arcaica*, F. manifestou decepção por não haver assistido ao filme anteriormente, encarando como descuido de sua parte essa omissão em relação a um filme nacional que foi muito elogiado pela crítica. Talvez o tenha feito porque à época que o filme entrou em cartaz ele passava por uma fase de muito incômodo em relação às salas de cinema: lotadas e barulhentas, o que o afastou não apenas de *Lavoura arcaica*, mas também de outros filmes do período.

Ao ver cenas do filme mostradas na entrevista, F. mostrou-se surpreso com o que via:

Primeiro, eu não pensei que fosse uma coisa assim sobre a vida, uma coisa do bucolismo da vida rural. E também uma coisa que eu achei mais interessante ser uma narrativa sobre uma sobrevivência de um grupo de cultura muçulmana, ambientada no Brasil com essa questão da dança, da música, da religiosidade, da estrutura familiar. Evidentemente nesse aqui (o filme *Lavoura arcaica*), a ênfase não é tanto no problema social. Eu estou decodificando isso para mim porque eu me identifiquei com a paisagem rural... Mas aqui é uma narrativa mais subjetiva, de emoções, de experiências interiores. É um passeio na vida interior das pessoas. Eu me identifico mais com esse (o filme *Lavoura arcaica*); eu tenho muita identidade com essa coisa da migração do campo para a cidade... Quer dizer, é uma coisa traumática e ao mesmo tempo traz uma experiência digamos subjetiva e interior muito grande para as pessoas que vivem essa experiência. Eu acho que o filme parece que transmite um pouco isso, não é?

Ao analisar *Lavoura arcaica*, F. atentou para dois aspectos de destaque no filme. O primeiro diz respeito a uma estética visual e a segunda sobre a narração auto-biográfica do

personagem principal: “É como se fosse a história de uma perda, não é? É a impressão que eu tive. É todo um contar de como ele perdeu aquilo porque o campo tem também essa coisa”. Para F, quem migra do campo para qualquer lugar e em qualquer situação fica para sempre marcado com uma “visão interior de uma perda imaginária”, pois o campo, para ele, alude a um passado, ao bucólico, à vida calma e boa, ocupando no imaginário coletivo uma permanente representação positiva e idealizada.

Diferentemente da maioria dos entrevistados para a produção desses perfis espectatoriais, F. foi um dos poucos que reconheceram o extremo peso da subjetividade do personagem principal (André) na narrativa do filme, percebendo isso de forma positiva e estabelecendo uma identificação com a sua própria subjetividade: “Esse aqui (*Lavoura arcaica*) é uma reflexão de fundo psicológico não é? Uma viagem interior, uma coisa mais bucólica, quase mitológica, não é? Esse filme tem um fundo quase mitológico, pastoral...”. F. se identificou com o que chama, no filme de “narrativa figurativa”, servindo para que o espectador utilize a reflexão de André como exercício de interiorização: “Compreendendo a subjetividade de alguém, você pode compreender por analogia a sua subjetividade. Eu tenho a impressão que a complexidade desse filme é interessante”, salientando que encontra mais identificação com a sua trajetória de vida em *Lavoura arcaica* do que *Central do Brasil*.

F. se aprofunda na teorização sobre os motivos pelos quais o agente escolhe determinadas obras de artes ou obras de consumo cultural, arriscando afirmar que essa escolha é uma tentativa inconsciente de “se auto-biografar”. Conta que tem parte de sua origem familiar no interior do Rio Grande do Norte e Paraíba, em pequenas fazendas, e que ao ler as obras de José Lins do Rego (*Menino de engenho*) e José Américo de Almeida (*A bagaceira*) sentia-se profundamente descrito nessas obras, comparando a “beleza do texto” desta última obra com algo que, inesperadamente, encontrou no filme *Lavoura arcaica*:

Eu agora estou fazendo essa associação porque de certa maneira toda aquela coisa bucólica, da descrição da vegetação, do cajueiro, do amor, José Américo fala muito isso, e José Lins do Rego também trata aquilo com muita elegância... Eu acho que tem o lado auto-biográfico, você não consegue se desligar dele porque é a experiência das pessoas.

A respeito do filme *Cidade de Deus*, de Fernando Meirelles, F., que sempre se refere ao cinema brasileiro de uma forma reflexiva, ou seja, no sentido de justificar a razão pela qual assiste a um filme e não a outro, diz:

Eu tive certo receio de ver uma coisa tão... Eu estou achando a violência digamos assim, crescendo tanto que resolvi me afastar dela. Eu tive medo... Eu tenho estado um pouco deprimido ultimamente. Tive medo que o filme me deprimisse. Tenho evitado ver, que eu acho que isso (*a violência*) está muito intenso. Há também, eu acho, uma certa estetização disso. Eu acho que tem mostrado isso com muita intensidade. É um filme altamente incômodo, esse grau de miséria... Uma coisa sem perspectiva de melhoria. Sem existir melhoria para a tragédia humana.

Explica-se quando se refere à estetização, argumentando que o filme recorta aquele aspecto do mundo social que se encontra longe e afastada do espectador, mas o faz de uma forma “diluída” porque o cinema é basicamente “imagem de qualidade”, pois apresenta uma qualidade fotográfica de muita nitidez. É desta forma que o cinema traz para o espectador a questão da violência, sendo mesmo uma “proposta de beleza trágica” e estendendo o exemplo do filme *Cidade de Deus* para todo o cinema brasileiro, que pode ser percebido ao nível de uma “tragédia operística”, que se desenrola muito próximo ao espectador, estetizando a violência exatamente porque muito se aproxima do homem de classe média por uma via estética. “O cinema tem de lançar mão da beleza, do movimento, não é?, diz F, complementando que a estética se encontra nos mínimos detalhes da direção de arte do filme: “É o pitoresco também dessas roupas estendidas, da música; a pessoa lavando prato; o amor, o sexo. Tudo isso são induções estéticas também. A dimensão estética, digamos assim, é peculiar a esse grupo social como a qualquer outro, né?”.

No que se refere a uma análise da temática exposta no filme, F. acredita que a violência que emerge da condição social do indivíduo que reside na periferia, como apresentada no filme, faz com que se queira “resolver aquela violência e se compensar daquela violência lançando mão de outro corretivo que é a violência do tiro, da morte, do roubo, não é? Quer dizer, é uma violência corrigida pela violência”. Para ele, *Cidade de Deus* faz perceber um movimento circular, como se a questão social posta em cheque não tivesse solução à vista. Ele supõe que o filme é dirigido às classes médias porque são estas que conseguem refletir sobre tal realidade: “Porque o povo pode ser que não queira ver isso. E os ricos, digamos

assim, não vão querer ver isso. Evidentemente, eu não sei se os ricos brasileiros vão querer ver isso”.

1.2 Perfil II – S. A. P. C. (entrevista em 15 de fevereiro de 2009)

O espectador número 2 é mulher, 43 anos, solteira, servidora pública estadual, possui nível superior, trabalha com questões ambientais, reside no bairro de Boa Viagem, zona nobre da cidade do Recife.

Define-se como assídua espectadora, assistindo a filmes tanto em salas de exibição – tenta ir pelo menos uma vez por semana – como em DVDs e na Televisão aberta e fechada, embora assista mais nesta última do que nos outros suportes / mídias. Acredita que assistir aos filmes no cinema é melhor em virtude da “da própria magia do cinema, aquela coisa da tela, de você se arrumar para ir ao filme, de você estar para o filme, esquecer do mundo e assistir em DVD dispersa a atenção”. S. aprecia dramas e comédias e afirma que não se interessa por ler críticas sobre filmes, escolhendo os filmes que vai assistir aleatoriamente, não procurando muitas informações, embora coloque o enredo ou a sinopse do filme como critério de escolha.

No presente, avalia o atual cinema nacional como bom, mas ressalta que em passado não muito distante não apreciava filmes brasileiros porque “achava tudo brega, pornochanchada”. Essa mudança de avaliação não tem mais do que dez ou 15 anos, quando acredita que os filmes nacionais se tornaram melhores, não apenas na qualidade da imagem como também na produção e no enredo. *Romance* (Guel Arraes, 2008) é citado por ela como exemplo de filme brasileiro recente que classificou como “maravilhoso”, planejando revê-lo em DVD.

Antigamente, eram aquelas coisas sem enredo. Eu me lembro que às vezes na televisão passava, no final da noite tinha filme brasileiro. E além da má qualidade do som, a própria história, aquele enredo, aquelas coisas meio sem sentido, muito superficial. Não tinha uma história. Não desenvolvia um enredo interessante. Pelo menos eu não me interessava.

Frequentadora do Cine PE Festival do Audiovisual, que se realiza há mais de dez anos no Recife, S. costuma ir ao evento com amigos, um em especial, engenheiro de pesca, que é, segundo ela, bastante conhecedor de cinema. Tem ido todos os anos, mas não assiste a todos os filmes porque a mostra acontece durante a semana e as obrigações profissionais são um empecilho. É crítica em relação à organização do evento, pois sempre enfrenta problemas de fila e de compra de ingressos. Também afirma que o Cine PE acontece em local distante de onde mora e trabalha, fazendo com que os constantes atrasos das muitas sessões programadas de longa e curta-metragem tornem a “logística complicada e a organização do evento caótica”.

Geralmente a gente marca para se encontrar com os amigos. E eu gosto sempre de estar pelo menos com alguém para a gente discutir, pra gente falar alguma coisa do filme, mesmo durante ou depois em outra oportunidade. São pessoas que gostam. Tenho um amigo assim que adora. Ele vai todos os dias, todo festival. E ele assiste a muito filme. Ele vai muito ao cinema. É meu companheiro de cinema.

Por sua fala, é possível deduzir que S. percebe a mostra como espaço não apenas de prática espetatorial, mas também de socialização, uma vez que observa o perfil do público da mostra como predominantemente formado por jovens – gente de cinema, jornalistas, estudantes de Comunicação. Por isso sente falta da presença de um público mais adulto, pois, segundo ela, o público mais velho que frequenta as salas de cinema não vai para esse tipo de evento em virtude da falta de disponibilidade de horário, das obrigações do trabalho e familiares: “Quando você senta e procura, você vê na sua faixa etária, fora o pessoal que participa do filme somente alguns professores de universidade desses de Comunicação que até por obrigação tem que ir”.

Vaidosa, gosta de se arrumar para suas idas ao cinema, que considera um grande programa de lazer, a ser feito sempre em companhia de alguém, seja amigo ou namorado. Assim, capricha no vestuário e na maquiagem, não fazendo distinção entre se vai assistir ao filme no multiplex do *shopping* ou se numa “sessão de arte” em qualquer um dos cinemas alternativos da cidade do Recife. Depois da sessão, é comum ir a algum bar para conversar sobre o filme. Considera que, em termos de entretenimento, o cinema é um dos seus programas favoritos, que inclui ainda a frequência a shows e bares como parte de seu lazer.

S. nunca esteve no exterior (seus rendimentos como servidora pública e professora de faculdade particular não permitem), mas gosta de viajar para alguns destinos brasileiros, inclusive na companhia de seus irmãos mais velhos (é filha temporã), que têm uma condição financeira melhor do que ela. Por sua origem, S. pertence a uma classe média mais privilegiada, oriunda do interior de Pernambuco, pois seu pai, já falecido, era procurador de Justiça, com sólida carreira pública, deixando uma pensão bastante razoável para a sua mãe, com que mora atualmente.

A referência familiar é muito forte na vida de S., uma vez que mantém boas relações com os três irmãos e alguns sobrinhos, estando sempre junto a eles quando de datas importantes como Natal, Ano Novo, aniversários de familiares etc. Algum tempo depois da entrevista, descobriu-se grávida, fruto da relação que mantém com um homem 12 anos mais jovem, e apesar do susto e apreensão que isso lhe causou no início, está satisfeita com a possibilidade de ser mãe, embora reconheça que, a partir de agora, sua vida de passeios e cinemas está encerrada ou será interrompida por um grande intervalo de tempo.

Até o momento da entrevista só havia assistido a *Central do Brasil* no cinema. Não viu nem *Cidade de Deus* e *Tropa de elite* – “por serem filmes violentos” - nem *Lavoura arcaica*. Este último S. sequer tinha conhecimento que existia.

Quando reviu trechos de *Central do Brasil*, a lembrança mais forte que lhe veio à mente estava relacionada ao retrato da miséria e solidão dos personagens, sobretudo a solidão. Considera um filme muito triste e lembra que a primeira vez que assistiu chorara muito com a expressividade do garoto e com o fato de que havia algo de “terno” no fato de o personagem da Dora escrever cartas: “Era um mundo imaginário porque ela fazia o papel de escrever cartas levando notícias das pessoas. Essa coisa de levar informação numa época que a gente não tinha Internet, não tinha nada disso”, aparentemente ignorando às más intenções de Dora, a mulher das cartas.

Eu me lembro que no desenrolar do filme ela consegue ver o outro lado e ela tenta de alguma forma se resgatar, quando ela começa a viajar, começa a escrever cartas. Eu acho que a criança, o menino resgatou alguma coisa

nela que estava perdido, a insistência, a persistência dele. Eu achei o olhar dele muito interessante, do menino. Eu me lembro que eles viajam muito. Vão escrever cartas no interior, não é isso?

No entanto, ao dirigir um novo olhar ao filme, avalia que há um progresso no cinema brasileiro desde aquela época (1998) para a atualidade: “Houve uma evolução no cinema nacional. Os filmes de agora estão melhores. Eu assisti na sexta-feira a *Se eu fosse você 2*. Então você vê a questão da imagem, a questão do som diferente”.

Durante a exibição da cena inicial de *Lavoura arcaica* (a masturbação do personagem André), pôde-se perceber certo desconforto por parte de S. Segundo ela, é o tipo de filme que não apreciaria, caso o escolhesse para assistir no cinema, por uma razão qualquer. Teria desaprovado, sobretudo em função do ritmo da narrativa, que considera muito lenta e que alude ao que chama de “coisa sombria, nostálgica, aquela coisa muito pesada”. S. admite ir ao cinema para se divertir e não para se deparar com algo de características tão “tristes e pesadas” como o filme *Lavoura arcaica*.

Diz que gosta de sair do cinema “se sentindo leve”, podendo até mesmo ser um filme que a faça chorar, mas não no sentido de provocar depressão e sim como uma forma de catarse, “mas tem que ser leve”: “Eu achei assim meio parado, triste. É um pouco... não é cansativo, mas dá um pouco de sono. Se minha mãe assistisse, uma pessoa depressiva, não ia dar certo. Um filme até sombrio, muito sombrio. E o peso da família também...”.

Embora não tenha apreciado o conjunto, admite que o enfoque “sombrio” é proposital e à medida que as sequências do filme foram se sucedendo, destacou a beleza da fotografia, quando das cenas ambientadas na mata, que se referem à infância dos personagens: “Achei bem interessante”, diz ela, que não reconheceu o ator Selton Mello na pele do personagem André, pois “está muito magro”. Neste momento, S. percebeu que já ouvira falar de *Lavoura arcaica* quando o ator dissera em entrevista que tivera de fazer regime para poder desempenhar o papel no filme: “Eu me lembro de uma entrevista dele, não sei se foi na TV de madrugada, falando exatamente sobre isso, que foi alguma coisa muito difícil”.

A violência contida em muitos filmes nacionais é um aspecto que assusta S, na exata medida em que os filmes hollywoodianos de ação, que costumam estar recheados de cenas do tipo, não a amedrontam. A justificativa dela é a de que, enquanto o cinema produzido nos EUA apresenta uma espetacularização da violência, tal não acontece com os filmes brasileiros, pois estes mostram uma realidade de violência que, segundo S., está bem próxima. E, para ela, isso muda toda a percepção de um filme violento. Enquanto o hollywoodiano é percebido como pura diversão, o brasileiro tende a ser incômodo. A violência é experiência cotidiana nas grandes cidades brasileiras e está associada a uma determinada realidade social, reforçando a tese da estigmatização do universo de periferia e favela. Isto pode ser confirmado na fala de S., pois o filme que representa essa situação torna a realidade ainda mais ameaçadora, causando rejeição por parte da espectadora.

É mais ou menos assim. Por exemplo, a gente escuta na televisão sobre o Rio de Janeiro, as favelas e tal. Mas está lá no Rio de Janeiro. Quando você vai pra lá, o que é que a gente tem medo de lá? A gente tem medo de lá é das favelas. Você não tem medo de andar nas ruas, de ser assaltado, porque a gente se sente mais seguro do que aqui (*no Recife*). Mas o que a gente vê na Televisão sobre as favelas, o tráfico, eu mesmo não quero passar perto. Não tenho a menor vontade de fazer uma excursão pela favela.

No entanto, e talvez contraditoriamente, S. reconhece alguma virtude no filme porque o filme tem a preocupação de explicar como a cultura da violência, iniciado com o tráfico de drogas, foi criada em um universo (a comunidade de Cidade de Deus), que inicialmente era apenas um conjunto habitacional popular:

O início do filme é bem mais *light* em termos de mostrar a violência, que deve ter muito mais depois, mas, mesmo assim, demonstra como tudo começou e a própria perspectiva desse pessoal que vive ainda hoje, né? E a cumplicidade, um povo que nada vê, que nada escuta, que nada sabe.

Assim, a espectadora reconhece que o filme aborda violência e miséria, mas observa que isso significa também “mostrar a verdade”. “Agora, eu não gosto desse tipo de filme porque é uma realidade que está muito perto da gente. Então você vai assistir a outros filmes que são violentos como *Cidade de Deus*, mas de uma realidade distante de mim. Essa aqui está bem pertinho”.

O mesmo raciocínio e justificativa são aplicados por S. para se referir ao fato de que não assistiu a *Tropa de elite*: “só muita violência. De fato, é a realidade. Aquilo ali existe, mas

eu não assisto por conta da violência...”. Ela diz que segue um pouco a sua emoção e estado de espírito quando escolhe o filme a ser assistido, ou seja, quer apenas se divertir, rir, gargalhar; às vezes tem vontade de chorar, emocionar-se com alguma história sensível, romântica, mas nunca está predisposta a assistir certos tipos de violência, como ela define: “Agora eu vou assistir outro filme, aquele filme americano que é só bala, tiro. Esse eu consigo assistir. Aquilo é como se fosse uma fantasia. Está lá bem longe. Quer dizer, não me ameaça, não é próximo”.

1.3 Perfil III – A. P. B. M. (entrevista em 06 de julho de 2009)

O espectador número 3 é homem, 44 anos, jornalista, casado, reside no bairro de Casa Amarela. Possui graduação em Comunicação Social e mestrado em História. Afirmo que a sua origem social é de classe média baixa, uma vez que seu pai era motorista profissional e sua mãe trabalhadora do comércio, embora esteja dedicada ao lar há bastante tempo. É o segundo de quatro filhos (dois homens e duas mulheres), e dois dos seus irmãos também possuem nível superior (Administração e Medicina), mas todos os quatro estudaram em escolas públicas no período colegial e também em universidades e faculdades federais, à exceção da irmã caçula, que não concluiu curso superior.

Sua vida de cinéfilo começou muito cedo: havia espaço para uma socialização voltada ao cinema no âmbito familiar.

Eu costumava ser levado pelas tias principalmente. Minha mãe e meu pai não tinham muito interesse, então minhas tias se encarregavam mais de levar. Talvez uma vez por mês. Era uma coisa que eu gostava muito de fazer. O primeiro filme que eu assisti que eu lembro foi do Topo Gigio na década de 70. E depois aquela série de filmes d’Os Trapalhões, filmes nacionais. Eu me lembro de alguma coisa de Mazzaropi, mas não lembro se assisti a algum filme dele ou se me lembro por causa dos *trailers*. Eu acho que era mais os Trapalhões mesmo.

No momento atual assiste mais a filmes em DVD, com ênfase em comédias. Sempre lê sobre cinema na mídia especializada, procurando informações sobre os filmes a que pretende assistir no jornal. Para ele, o enredo é o critério que utiliza na escolha do filme, não se importa se os finais dos filmes têm ou não final feliz. Atualmente, quando vai ao cinema, prefere o espaço do Teatro Apolo, de perfil mais alternativo, que exhibe filmes

nacionais, ao Cinema da Fundação, por exemplo. Ainda conserva um interesse especial por cinema, para além da simples diversão, mantendo-se atualizado com leituras e nas conversas com amigos de trabalho que também costumam assistir a “filmes nacionais e filmes de arte”.

No entanto, suas idas ao cinema estão escasseando: calcula uma visita mensal. Bem diferente do tempo em que era estudante universitário nos anos 1980: “Eu ia bastante tanto pelo custo como também pelo público. Eu me interessava muito mais pelo Cinema do Parque, antigamente, quando não tinha ar condicionado, era aquela coisa mais poeira, mais povão”. A. afirma que esse era o seu passado de cinéfilo engajado, quando jovem, nos anos 1980, sobretudo na fase universitária, frequentando o Parque, espaço também alternativo por exhibir reprises de cópias deterioradas de filmes nacionais e europeus.

A juventude universitária de A. trouxe novos horizontes, pois já ia sozinho ao cinema ou com amigos que compartilhavam o mesmo gosto. Passou a ter um interesse mais centrado na escolha dos filmes, inclusive os nacionais. Antes, quem escolhia eram os adultos da família, em função, sobretudo, da forte censura da época do regime militar. Como estudante de Comunicação, o cinema servia também para atender ao interesse das disciplinas e trabalhos do curso, mas o olhar e o interesse sobre os filmes brasileiros extrapolavam a questão dos exercícios escolares.

O cinema (*brasileiro*) da época era um cinema mais realista, um cinema mais engajado, mostrava, contava os problemas sociais, os problemas econômicos do país. O meu interesse não era só por conta do curso que eu fazia, mas também por conhecer um pouco da realidade brasileira. Até um interesse que eu tinha por História, que depois eu vim fazer o mestrado. Então aquela coisa de gostar da arte, do cinema, já tinha de gostar também de ver os problemas brasileiros na tela, a crítica aos governos, a crítica à maneira como era conduzida a vida da população brasileira que estava tudo expresso ali na tela nos filmes.

Para A., o cinema nacional daquela época era dotado de “outro tipo de beleza”, contrariamente ao que acontece com a produção atual, que considera boa, mas faz ressalvas ao destacar a potencialidade do cinema brasileiro do passado não muito distante: “Não sei se é essa coisa de intelectual querer ver favela, não sei, mas via a coisa mais em preto-e-

branco, da verdade nua e crua. Digamos a verdade do cinema americano era a verdade, entre aspas, a verdade meio que falsificada, não sei”. Sempre percebeu a distinção entre o cinema produzido no Brasil e o cinema hollywoodiano em termos de arte e produto comercial, respectivamente, com o primeiro preocupado em retratar a realidade social do país e o segundo interessado em entreter o público: “Não entendia o cinema americano como filme que mostrasse a realidade, era coisa mais de fantasia, de sair um pouco da realidade pra sentir uma sensação boa, agradável, ver coisas bonitas, coisas belas, lugares, imagens.”

No entanto, A. admite que, atualmente, o cinema nacional se aproximou da linguagem do cinema americano, edulcorando a realidade na forma da narrativa dos filmes, desde a escolha de roteiro até a definição dos atores, obedecendo, segundo ele, a um padrão comercial ditado não apenas pelo cinema hollywoodiano como também pela Rede Globo de Televisão: “Mostra a realidade, mas também diverte, fantasia”. Ele afirma que tal formulação atrai mais o público porque é melhor, mais agradável assistir a um filme nesse formato, sobretudo para a maior parte dos espectadores. No entanto, ele se distingue da maioria: “Eu acho que partindo de universitários, intelectuais, não sei. Eu me encaixo um pouco nesse grupo, que quer ver a coisa de uma forma mais crua, mais dura, sei lá, uma coisa menos fantasiosa”.

Melhorou também a qualidade técnica. O som melhorou bastante, a imagem também, pesquisa em figurino, locações. O roteiro está mais bem feito, mais trabalhado, antes era um pouco meio amador. Agora está bem mais profissional. Eu acho positivo para o mercado. É ótimo para concorrer em prêmios e tudo. Mas assim, para a minha vontade de ver o cinema, ver um filme, eu quero ver coisa mais amadora, até mais experimental. Eu gosto mais de ver um filme que não seja tão bem acabado, muito embora seja o que a maioria das pessoas quer ver: um filme bem redondinho, bem bonitinho.

O raciocínio de A. é que a atual orientação mercadológica está permitindo que o cinema brasileiro seja mais assistido e conseqüentemente mais valorizado pelo grande público espectador:

Eu noto isso. Antigamente, o pessoal falava mal do cinema brasileiro, tipo ‘não vejo cinema nacional’. Hoje, a gente já observa até na própria família, pessoas mais conservadoras e tal que assistem. É a facilidade da linguagem do cinema que casou bem com a linguagem televisiva, eu acho. Essa coisa penetrou mais. Havia um preconceito. Tanto não era bem

entendido pelas pessoas e as pessoas também não queriam ver a realidade. Eles querem ver a coisa que está na telinha (*Televisão*) ver agora na telona (*cinema*): ‘Se eu fosse você 1, 2, eu já assisti o primeiro, vou assistir o segundo’. Todo mundo: colegas de trabalho, minhas tias, pessoas idosas, de todo jeito da mesma forma gostam e aplaudem.

Central do Brasil foi visto por ele por três vezes: no cinema, em DVD e na TV aberta. A. acredita que foi um dos últimos filmes, desde meados da década de 1990, que ainda utilizou a linguagem e narrativa tradicionais do cinema brasileiro: abordar a realidade social nacional, “sem muito artifício, sem muita tecnologia, uma coisa de mostrar o que se passa com essa população, quer dizer, mostrar os personagens mais humildes, mais pobres”.

O filme dirigido por Walter Salles se enquadra, segundo ele, no perfil de produção nacional pela qual se interessava na juventude, ou seja, filmes destituídos de uma “linguagem comercial”, enfatizando a veiculação do retrato do Brasil “como ele é”, através de uma história simples, narrada de “forma poética e realista”. A. afirma que assistiu a poucos filmes do ciclo do cinema novo: “Vi um pouco de Glauber Rocha, mas não foi muita coisa não. Muito dessa coisa de ideia na cabeça e câmera na mão está presente em *Central do Brasil*. Não tem tantos recursos tecnológicos, de computador, como tem em *Cidade de Deus*, como tem em outros filmes”.

Assistiu a *Lavoura arcaica* quando este foi exibido em 2002 no Cinema da Fundação. A. afirma que o que mais reteve em sua memória é, de fato, o mais relevante em termos do argumento principal do filme, colocado por ele, da seguinte forma: “Lembro da família, do rapaz que assumiu que se apaixona pela irmã e a coisa das relações familiares. E uma coisa que eu me lembro bastante”.

Afirma, sem muita convicção e com alguma hesitação, que gostou do filme, identificando a sua narrativa não propriamente a uma obra cinematográfica, mas a uma narrativa fortemente relacionada à literatura: “As expressões, os diálogos, um vocabulário, essa coisa meio bíblica, assim um formato meio poético”. Ao analisar mais detidamente a proposta do filme, conta que, apesar de ter gostado, percebeu que o filme “é meio arrastado, muito lento, né? Não tem muito movimento, escuro. Eu acho que isso faz com que a gente não lembre tanto do filme. Eu só assisti uma vez, se tivesse visto mais uma vez talvez...”.

Quanto a *Cidade de Deus*, A. mantém certo distanciamento, criticando negativamente a violência presente ao longo do filme – “muita arma, muito tiro, e muita criança, muita criança envolvida em situação violenta”. –, sustentando que, apesar de preferir filmes realistas, que exponham a realidade nacional, conforme sempre defendeu ao longo de sua vida de estudante, avalia que, no filme de Fernando Meirelles, houve uma exacerbação dessa estética. A. acredita que a intenção do filme é expor a situação social no Brasil no exterior, apresentando-a como espetáculo a ser exibido internacionalmente. Assim como em *Lavoura arcaica*, A. se posiciona dividido sobre se realmente gostou do filme: por um lado, afirma que sim, mas suas críticas estão em sentido contrário.

A violência é uma coisa que também está em moda no mundo todo. Eu acho que a violência é uma coisa que chama a atenção, e as pessoas gostam de ver. É uma imagem também que vende, que o pessoal do exterior também gosta, tanto no Brasil como para fora. A violência é bem aceita, não pelo aspecto de engajamento, de querer mostrar a verdade, mas só a violência em si, como espetáculo. É uma coisa que para mim o ser humano gosta, independente da classe, classe humilde, classe média. É coisa que atrai.

Destaca como grande mérito o fato de o filme haver revelado um grande número de atores afro-brasileiros:

São atores que apareceram nesse filme que foram revelações, que estão hoje fazendo bons filmes, novela, teatro. Eu acho que foi um filme que, pelo menos, lançou muita gente boa, né? E também atores negros. Uma coisa interessante é isso: muitos atores bons negros. Foi uma coisa positiva.

1.4 Perfil IV - V. P. M. (entrevista em 25 de setembro de 2009)

O espectador número 4 é mulher, 51 anos, jornalista, mora no bairro de Casa Forte, zona nobre da cidade do Recife, solteira, mãe de uma filha de 22 anos, tem especialização em Televisão na França, realizada nos anos 1980, trabalhando no Recife por longo tempo com produção de vídeos institucionais.

Também se define como apaixonada por cinema e assiste a filmes, sobretudo, na TV paga, gosta mais de dramas. Apenas às vezes ela lê artigos e críticas sobre cinema na mídia

especializada. Antes de escolher um filme procura informações com os amigos e sempre prioriza o enredo como critério principal de escolha de um filme, não se importando se o filme terá ou não um final feliz.

V. é a única pernambucana de uma família de classe média oriunda do Ceará, mas chegou a viver alguns anos entre Fortaleza (CE) e Recife (PE). Antes de residir em Casa Forte, morou com pais e cinco irmãos por muitos anos nas imediações dos bairros da Ilha do Leite e Boa Vista, pertos do centro da cidade, e é possível afirmar que tal situação determinou muito das características da espectadora que V. é atualmente. Nesse aspecto, recebeu mais influência do seu pai, contador e representante comercial, que era mais afeito a assistir a filmes, e menos de sua mãe, professora primária e funcionária pública. Desde cedo, relacionou-se com pessoas que também gostavam de cinema, incluindo os seus “namoricos” com cineastas do Super-8, entre os anos 1970 / 1980, demonstrando uma intensa socialização acontecida em um contexto no qual o cinema era uma forte referência.

Eu moro nessa calçada que é a calçada do antigo Cinema Boa Vista. Então desde pequeninha, meus pais deixavam a gente ir para o cinema, a menorzinha ia acompanhada dos maiores. E não atravessava nem uma calçada, nem uma rua. Eu ia muito no cinema Boa Vista, ia muito no São Luiz. E juvenzinha vivia nas sessões bossa jovem, bossa não sei o quê, que tinha no Veneza, tinha no São Luiz, dia de sábado. Eu sempre gostei de cinema.

Colegial adolescente na época de ouro da pornochanchada, V. conta que assistiu a alguns desses filmes, lembrando daqueles protagonizados por Vera Fischer, que ela qualifica como “pós-pornochanchada”, referindo-se especificamente ao filme *Eu te amo* (Arnaldo Jabor, 1981), com Paulo Cesar Pereio. Lembra que assistiu “as porcarias todinhas”.

A gente ia para o Ritz e para o Astor (*antigos cinemas do bairro da Boa Vista*), que no começo passava filme normal, depois começaram a passar uns filmes mais quentes. E a gente cabulava a aula e ia ao cinema. A gente não sabia nem o que é que ia assistir, mas era nacional e não era muito católico não. Ia com as amigas. Era a coisa da juventude, aquela coisa meio proibida, meio marginal: ‘Ah, vamos lá, vamos ver qual que é’. Também no cinema podia fumar, no Ritz e no Astor. Aí tinha uma cabine, tinha uma lanchonete. Era mais o “furdunço” da coisa do que o próprio filme. Eu nem lembro do filme da Vera Fisher. A gente mal assistia ao filme, quando era essas coisas que não tinha muito enredo, que não tinha muito o quê acrescentar. Era um “fuzuê” que tinha dentro da própria sala de projeção. As pessoas fumavam dentro do cinema.

Posteriormente, fase de estudante de faculdade, o tipo de filme a assistir sofreu uma correção – “era mais aquela coisa cabeça de Godard, de Glauber Rocha” -, mas V. admite que “não morre de amores” por eles, assistindo aos filmes, mas sem querer “se aprofundar” no assunto: “Eu gostava mesmo era de Polanski, de Pasolini, gostava mais mesmo, entendia mais, fazia mais o meu gênero. Porque alguns dos filmes dessa época eu entrava sem entender e saia pior ainda! Mas pensava, conversava quando saia do cinema”.

V avalia o cinema brasileiro como bom e faz questão de ressaltar que é uma espectadora do cinema brasileiro: “Eu vejo muito Canal Brasil (TV paga) porque gosto de cinema nacional mesmo. E tem muita coisa antiga que não vi no cinema”.

Quanto ao filme *Central do Brasil*, assistiu no cinema, quando de sua estreia, e depois quando foi reprisado na televisão.

Eu gosto de tudo. Eu gosto da história. Gosto dessa amizade dela com a Marília Pera. Acho bem bacana. São duas pessoas sozinhas naquele mundão do Rio de Janeiro, super solitárias. Tem uma a outra, né? Uma mais durona, a outra é mais romântica. E ela, personagem de Fernanda Montenegro (Dora) mais taxativa. Deve ter apanhado muito na vida essa mulher para ser desse jeito. E a história em si desse garoto com a mãe dele. E aí ele se apegava com ela (Dora), ela se apegava com ele, de uma forma bacana, bacana mesmo.

Quando analisa o filme mais racionalmente, V. sustenta que das três partes da narrativa do filme a que mais a atrai é exatamente o início, pelos motivos que expôs anteriormente, não se identificando muito com o final do filme:

Eu não gosto tanto daquela coisa do final mesmo, aquela rua bem deserta, cheia de casinhas bem pobrinhas. Ela vai embora e deixa ele com os irmãos por parte de pai. Talvez na cabeça do menino ela já fosse parte da família dele. É. E ela como é sozinha no mundo... E ela vai com uma intenção e no meio do caminho a história se desenrola de forma que ela não consegue largar ele, se modifica um pouco. Mas eu gosto do filme como um todo... É muito bem feito o início do filme.

Sobre as críticas recorrentes que se faz ao cinema brasileiro sempre que um filme nacional abordando uma temática social de exclusão repercute, V. observa que não procedem, afirmando que não percebe o universo retratado pelo filme como uma abordagem sobre a miséria. Para ela, a realidade vista em *Central do Brasil* não está muito distante da realidade de uma determinada classe média, que enfrenta ônibus lotado para ir ao trabalho.

Segundo V, isso existe em qualquer lugar: “Vá pela Avenida Guararapes entrar numa fila de ônibus daquela. É um ‘mundo cão’ para entrar no ônibus. Eu não vejo que é querer mostrar um Brasil feio, pobre, não. Eu acho que é uma realidade mesmo”. Pior seria, para ela, abordar, apenas, os extremos da realidade brasileira: “Ou só mostrar Porto de Galinhas como cartão postal ou então somente a seca, aquela terra batida, toda rachada e a caveira do boi. Eu acho que deve ter as duas coisas. Em todo canto tem as duas coisas. Não, isso é a realidade brasileira como de tantos outros países”.

Sobre *Lavoura arcaica*, V. diz que assistiu no Canal Brasil porque se tratava de um filme nacional não visto por ela no cinema, mas que não recorda muito bem do filme, a não ser de fragmentos, como o de imagens que mostram uma “pobreza franciscana da família com muitos irmãos, que trabalham muito”. Perguntada se havia gostado do filme, V. diz que, mesmo não apreciando o que assiste em um filme, se esforça para ver até o final, e que por não se lembrar tanto do filme, talvez não tenha gostado dele. Questiona se o personagem de Selton Mello morre de alguma doença, confessando, ao final, que deve ter dado algumas cochiladas durante a projeção do filme.

Posteriormente, ao assistir a 30 minutos do filme para a entrevista, afirmou:

A cena inicial é tão linda, é tão bonita! É assim escura, muito longa, tem a história de um trem passando, não é? Ele se masturba enquanto o trem passa. Até que demorou um pouquinho também. A princípio é real, de um trem fazer um barulho na tua janela enquanto passa todos os vagõezinhos lá. É o tempo que ele executa a função dele aí. Eu gosto dessa coisa escura, embora me impaciente um pouco, mas é uma coisa que me instiga. Em termos de fotografia eu acho bonito, eu gosto, por ela ser meio escura, por ter aquelas sombras todas.

O entusiasmo de V. para falar reaparece quando se trata do filme *Cidade de Deus*. Ela diz que assistiu no cinema e depois em várias reprises da televisão e em DVD: “Vi várias vezes, senão todo, pelo menos partes. Gosto muito. Eu acho super bem feito, ele é muito bem filmado, bem interpretado. Eu gosto dos atores”. A espectadora considera que o *flash back* utilizado na narrativa do filme é bom porque faz um retorno para explicar a realidade do universo do filme – a Cidade de Deus – quarenta anos atrás.

Gosto daquela cena (o prólogo, com a perseguição à galinha), é muito boa. A história do samba, a história bem carioca do morro, do samba no pé, a cervejinha, o churrasquinho, a laje. Agora, aquela galinha... Se ela

pudesse falar, ela falava! Tem solidariedade nesse filme, tem tanta coisa boa, tem umas imagens...

V. diz que o mesmo raciocínio aplicado para explicar a razão de ser de um filme como *Central do Brasil* vale também para *Cidade de Deus*:

É a mesma coisa: mostrar essa coisa que o Brasil é favela. Agora, de repente, para tudo para mostrar a beleza de Copacabana, aí só mostra Copacabana, só lugares tipo Avenida Paulista. Por trás disso tem um mundo que vive, que respira do mesmo jeito, agora que respira o mesmo ar de uma forma diferente. Novela não mostra isso não. Novela é zona sul, é Leblon, é a classe média alta.

V. percebe que muita crítica que se faz ao cinema nacional se deve, em parte, ao fato de que, no Brasil, a cultura da novela está bem enraizada no imaginário popular de todas as classes sociais:

Eu gosto de ver novela. Isso eu não vou negar. Acho bacana, bem produzida. Até para discutir merda a gente discute, mas eu acho que o cinema para mostrar o que a novela mostra vai parecer fazer o papel do outro. Se bem que tem mais, sabe esses filmes da Globo Filmes? Era tudo minissérie, depois vira filminho, é aquele engraçadinho... os quatro casais, é uma história bem engraçada. Eu me esqueço o nome dele agora, o nome do filme. Isso é bem classe média.

Sobre a violência em *Cidade de Deus*, V. conta que já assistiu a tantos outros filmes nacionais até mais chocantes, mas faz uma ressalva quanto ao filme de Fernando Meirelles. Segundo ela, há violência sim, mas com ela também se sobressaem elementos e características humanos importantes como a instituição familiar e os laços de amizade. Por isso, acredita que o filme não se detém meramente na questão do espetáculo da violência. Classifica como um “retrato bem feito do submundo, mas mostra que esse submundo tem também romance, amizade...”

Inicialmente, *Tropa de elite* foi percebido por V. quando da polêmica sobre as cópias piratas e a discussão ideológica que se seguiu sobre a abordagem do filme sobre a relação entre polícia e favela, como um filme apenas violento e pensou consigo: “Eu não vou para o cinema nada! Pagar ingresso para ver violência desse jeito”. No seu grupo de amigos, o filme foi muito falado. Então, motivada por essas discussões, assistiu ao filme em cópia de DVD pirata de má qualidade, segundo ela. Foi surpreendida: gostou do filme, embora o

tenha achado “bem mais violento do que *Cidade de Deus*”, pois *Tropa de elite* mostra a ação propriamente da Polícia contra o tráfico, “um mundo cão mesmo”:

Eu acho que é violência dos dois lados. É a coisa do policial e do assassino, do traficante. É o tempo todo. É a única temática mesmo. Guerra o tempo todo. Uma overdose de violência. Agora, o filme é muito bem construído. E esse Capitão Nascimento é excelente. Ele encarnou mesmo, encarnou a história.

Provocada sobre se o filme é, de fato, “fascista”, conforme aludido pela polêmica desencadeada quando do lançamento do filme, V., que ideologicamente se define como “de esquerda”, responde:

Eu não vou entrar muito nesse detalhe... É, se bem que ele é um policial diferente. É como ele diz: ‘A gente é teoricamente da polícia militar’, mas eles são diferentes, eles têm outro nível. Não, eu não vejo como um filme fascista, eu não vejo não. Talvez prosseguir com essa temática, mostrar uma segunda parte, eu acho que não vai dar em boa coisa não... É porque dá grana mesmo. Agora é um bom filme, um bom filme mesmo.

1.5 Perfil V - F. A. G. R. S. (entrevista em 04 de outubro de 2009)

O espectador número 5 é homem, trabalha como autônomo na área de confecção, 43 anos, mora no bairro de Boa Viagem e não possui nenhuma formação de nível superior. Assiste a mais filmes em DVD, prefere dramas, às vezes lê sobre cinema na mídia especializada, procurando informações sobre os filmes a que vai assistir no jornal. Seu critério de escolha de um filme é o enredo e não se importa com o final do filme.

De uma família de classe média – seu pai é oficial da reserva remunerada do Exército – F. chegou a cursar dois semestres de Administração, mas largou porque, segundo ele, queria ganhar dinheiro rapidamente. Por isso começou a trabalhar muito cedo em banco e comércio e há 20 anos está no ramo de confecção e representação comercial, mas ainda mora com os pais. É solteiro e pai de um filho de 18 anos, que não mora com ele. Acompanhando as transferências profissionais do seu pai, F. morou em João Pessoa, Recife, Rio de Janeiro e Brasília, radicando-se no Recife com a família há 25 anos.

Com duas grandes paixões na vida, o surf amador (que já o levou ao Peru para “pegar” onda) e o Flamengo do Rio de Janeiro, por quem é quase obcecado, F. tem atualmente

destinado mais tempo a ver filmes nos finais de semana, quando antes reservava quase que somente para a prática do surf. Atualmente, avalia o cinema nacional como bom e diz que ao longo dos anos assistira a filmes brasileiros, indicando *Menino do Rio* (Antônio Calmon, 1981) e *Rio Babilônia* (Neville D’Almeida, 1983) – uma “média pornochanchada”, segundo ele –, como filmes nacionais antigos de que tem lembrança de haver assistido no cinema, quando ainda residia em Brasília e Rio de Janeiro, respectivamente.

Do período da retomada do cinema nacional, menciona *O quatrilho* (Fábio Barreto, 1995) como filme brasileiro interessante, mas admite que seu interesse por cinema se acentuou com o advento do DVD, que coincidiu com o período de tempo em que sofreu grave acidente automobilístico em 1994 e se tornou evangélico, o que o fez mais calmo e centrado. Depois de mais maduro passou a se interessar pelos filmes antigos dos anos 1940 e 1950, em função da coleção de DVDs de seus pais, chegando até a apreciá-los, algo considerado por ele como impensável quando era mais jovem.

Um entretenimento pra mim muito legal hoje em dia é ver filmes. Minha namorada mesmo diz: ‘você vê muito filme, perde muito tempo’, mas realmente eu acho que cinema é uma coisa muito legal porque transporta a sua imaginação. Inclusive já vi filme das décadas de 40 e 50, com uma narrativa muito atual, mostrando que as emoções das pessoas não mudam.

Sobre o filme *Central do Brasil*, F. afirma ter apreciado o filme, ressaltando a questão do caráter do personagem Dora (Fernanda Montenegro), que escreve cartas para analfabetos na Central do Brasil e não as envia: “Até onde vai o caráter das pessoas, né? Ganhar o dinheiro para escrever cartas e simplesmente rasgar, ignorando o sentimento dos outros. E mesmo assim dia após dia continuar fazendo isso...”. F. assistiu ao filme no cinema e diz que se emocionou muito com o fato de que o personagem dela se modifica no desenvolver da história, pois age a contragosto, mas defende o menino Josué (Vinicius de Oliveira).

A respeito de *Lavoura arcaica*, F. não havia assistido ao filme e nem sequer ouvira comentários sobre ele antes da entrevista. Quando da exibição de trechos do filme, chegou a cochilar. Depois, justificou:

Achei um filme com uma projeção muito longa, muito cansativa, a narrativa muito lenta. Eu acho que os primeiros 15 minutos eu não consegui me manter com o olho aberto. Eu acho assim, eu acho que esse tipo de filme pode ser até uma obra de arte, entendeu? Só que eu prefiro

um filme mais dinâmico, que as cenas mudem e você não precise refletir tanto para passar uma mensagem. Eu me recordo de um filme *Bicho de 7 cabeças*, também com o Rodrigo Santoro (*além de F., A. e V. também confundiram Selton Mello, de Lavoura arcaica, com Rodrigo Santoro, de Bicho de 7 cabeças*), era até bom, mas acho que o filme tinha um determinado momento que era meio maçante. Depois é que dava uma dinâmica no filme, entendeu?

Para seu deleite, o dinamismo que falta em *Lavoura arcaica* sobra em *Cidade de Deus*, visto no cinema, sobretudo na “história”:

Cidade de Deus é o primeiro filme que eu percebi uma nova maneira de filmar as cenas de ação. E aí dá uma parada, tem alguma observação. Então eu achei realmente muito legal. Eu achei realmente muito bom *Cidade de Deus*. Eu vi uns filmes mexicanos (*F. se refere a Amores brutos e 21 gramas, ambos dirigidos por Alejandro Gonzalez Iñárritu. V., espectadora 4, também fez associação com Amores brutos*) com linguagem similar a *Cidade de Deus*. Tinha alguma coisa parecida, com histórias paralelas, que me agrada. Dá rapidez, cenas rápidas e para, aí dá uma acelerada, para.

F. acredita que o filme de Fernando Meirelles é ainda melhor compreendido por quem vive ou já viveu no Rio de Janeiro, como é o seu caso, afirmando-se como admirador de filmes que abordem a realidade tal como ela é, mesmo que o universo retratado seja “um pouco distante da minha, mas é uma realidade”. Para o espectador há milhões de pessoas que estão vivendo sob tal adversidade. Por isso, não se importa que um filme para representar esse mundo lance mão de cenas de violência porque “a violência faz parte”. F. diz que não gosta de ver filme “*mamãozada*, filme nhé, nhé, nhé, muito água com açúcar, entendeu? Historinha. Eu não gosto muito”, provavelmente se referindo a filmes mais românticos.

Raciocínio análogo é aplicado por ele em relação ao filme *Tropa de elite*, que também assistiu no cinema. Segundo ele, tem o “mesmo gênero” que *Cidade de Deus*, pela temática da violência e da favela: “Tinha também uma pessoa narrando”, lembra, sem perceber, que o narrador é o próprio Capitão Nascimento (Wagner Moura), personagem principal do filme, percebido por F. como o aspecto mais marcante de *Tropa de elite*, sobretudo pela característica de “persistência” no combate ao crime.

Ele era incorruptível, né? Isso é uma coisa marcante. Por mais que a polícia esteja, esteja como é que se diz assim, desmoralizada, sem muito crédito junto da sociedade, existem sim pessoas lá dentro, policiais que realmente estão dispostos a enfrentar a bandidagem, a ter uma vida íntegra e realmente combater os bandidos, né?

Sobre a polêmica em torno dos “métodos” do Capitão Nascimento para obter informações dos criminosos, F. não mede as palavras:

Eu vejo o seguinte: bandido é bandido, polícia é polícia. Então não tem como você combater o crime, indivíduos perigosos para a sociedade, que usam de covardia, de pegar por trás, emboscada e tal. Eu acho que é uma guerra. É o seguinte: é um querendo o lugar do outro. Então todo mundo, quem quer ganhar o embate usa das armas que pode. É uma relação de força, senão a história da humanidade toda não tinha se realizado. Se é fascista, isso aí é relativo, depende muito do ponto de vista. Mas, ele foi eficiente dentro dos métodos dele porque afinal de contas ninguém ali estava rezando, então era gente queimando o outro, fazendo atrocidades. Não tem como ser de outra forma. Eu pelo menos vejo assim.

1.6 Perfil VI - M. A. E. (entrevista em 08 de outubro de 2009)

O espectador número 6 é mulher, arquiteta de formação, mas fiscal de tributos municipal de uma cidade da região metropolitana do Recife, 38 anos, reside no bairro de Boa Viagem, zona sul da cidade. Prefere assistir aos filmes no cinema, tem predileção por dramas e somente às vezes lê sobre cinema na mídia especializada, procurando na Internet informações sobre o filme que pretende assistir, escolhendo sempre pelo enredo.

No entanto, com relação ao cinema, M. não é espectadora muito entusiasmada, sendo um programa que apenas de vez em quando gosta de fazer. Para ela, é bem mais interessante passar o final de semana em uma pousada em praia longe da cidade, embora tenha a pele muito branca e não goste de se expor ao sol. Pernambucana criada fora do Estado, pois seus pais, médicos, foram viver com as três filhas no interior de São Paulo, somente adolescente M. voltou a viver no Recife, pouco antes da separação de seus pais. Chegou a ser casada, tem um filho adolescente, mas separada voltou a morar com a sua mãe. Seu maior interesse atualmente é estudar para concursos públicos, e com isso melhorar seu padrão de vida. Na entrevista, fez questão de destacar que não entende de cinema, mas que tem uma irmã, de carreira jurídica, verdadeiramente especialista no assunto: “É uma cinéfila, assiste a tudo e sabe tudo sobre cinema”.

No entanto, quando assiste a filmes – coisa que, por iniciativa própria não faz frequentemente -, costuma dar preferência a produções faladas em inglês, não importando

que os filmes sejam norte-americanos ou ingleses. Quanto ao cinema nacional, M. avalia como sendo regular, mas no passado via com maus olhos o cinema produzido no país: “Todos os filmes brasileiros que eu via achava uma droga, sem história, feios! Achava uma droga, uns filmes caseiros... Filme brasileiro? Eca! Já ia assim meio que desiludida”, afirma ela. Mas, a partir de *O quatrilho*, ela começou a observar uma melhoria. “Poxa, o primeiro filme brasileiro que eu gostei. Ele parecia um filme inglês, eu achei, que já tinha gostado, que já tinha assistido”, diz, considerando, a partir daí, os filmes brasileiros como “assistíveis”.

Central do Brasil é outro filme “que presta” porque para ela um bom filme deve ter uma bonita fotografia, deve ter história, “poesia” e deve abordar questões importantes, além de causar reflexão no espectador, embora não explique exatamente o que seja essa “reflexão”. M. aprecia que os filmes ofereçam uma “uma visão diferente ou mais profunda de algum tema”. Para a espectadora, o filme dirigido por Walter Salles contém essas qualidades: “Ele tinha assim várias passagens bem interessantes”. Ainda assim, costuma mais se interessar por filmes nacionais por meio do incentivo de seu atual namorado. *Central do Brasil* foi o único filme brasileiro abordado na entrevista visto por M., e assim mesmo na Televisão.

Quando assistiu a trechos de *Lavoura arcaica* durante a entrevista - nunca ouvira falar do filme, pensando se tratar de uma produção recente -, M. reagiu diferentemente diante de muitas sequências do filme. De início havia ficado “enojada” com a cena inicial (André, personagem de Selton Mello, masturbando-se no hotel de beira de estrada). Em seguida se emocionou com trechos da descrição da vida bucólica do personagem nas passagens de sua infância, quando a fotografia é clara, as cores vivas e os enquadramentos mais suaves, diferentemente dos minutos iniciais do filme.

Depois, o filme pega, inclusive até faz o contraste porque depois daquela paralisação extrema fica bem mais dinâmico. Eu também fiquei agoniada com aquele negócio. Fiquei agoniada com aquela cena... A primeira cena, aparecendo o rosto dele, cinco minutos olhando o rosto, pedaço do olho dele... Mas assim, é legal porque depois ele (*o filme*) começa a andar e vai. Então esse contraste, sabe? Daquela coisa bem devagar e ele começa a andar. É assim que acho que faz parte de fazer arte.

Depois de ser questionada pelo motivo que a fez se emocionar, afirmou:

É, eu gosto de filme assim bem poético, poesia, gosto muito de poesia e me emociono com poesia. Ele (o narrador) fala, declama uma poesia. Eu achei bastante profundo. Você vê que o cara (*o diretor*) é profissional. Tá ali pra realizar uma obra, né? Eu vi que era uma obra de arte aquilo ali. A poesia remetendo à questão de sexo na infância, pureza. Depois ele vai pra adulto, sexo com problemas... Muito... muito profundo, muito.

Ao final da entrevista, demonstrou interesse em ver o filme inteiro, solicitando o empréstimo para que pudesse ter uma visão mais clara do filme. Curiosa e contraditoriamente, M. admite que, apesar de haver se emocionado com algumas passagens do filme, achou o filme muito “pesado” e que teve problemas de concentração para assisti-lo, não conseguindo ver o filme inteiro, somente algumas sequências.

M. é mais uma espectadora que tem “problemas” em assistir filmes de temática violenta, por isso nunca se interessou em assistir a *Cidade de Deus* e *Tropa de elite*, nem mesmo em DVD ou na televisão, mas considerou que, ao analisar os trechos do filme de Fernando Meirelles exibidos durante a entrevista, “também era um filme bem feito”, mas ficou em dúvida se assistiria ao filme inteiro.

O cara (*o diretor*) é muito bom! Eu vi que é um filme muito bom, muito bem feita a fotografia, a narrativa diferente. Eu li que ele usou não atores, realmente ele usou aqueles meninos da favela para fazer o filme. Então, assim, é muito real, né? Aqueles caras, aquele jeito deles falando assim. Então ficou muito, muito real.

A espectadora observa a qualidade do filme, mas: “Talvez não faça muito o meu estilo. É que eu não gosto da violência. Não me agrada muito. Talvez, deixando ele lá atrás na fila, eu posso assistir”. Também com relação a *Tropa de elite*, M. se posiciona de uma forma ambígua, por vezes hesitante, evitando sempre dar opiniões mais claras e objetivas. Assistiu ao filme em DVD, afirma ter gostado, mas suas análises são sempre fragmentadas em relação ao que concluiu a respeito do filme:

Eu gostei do filme. Achei um bom filme, apesar da violência. A violência dele (do Capitão Nascimento) nem era... Não sei... A própria maneira de entrar na favela e matar, sei lá, botava um plástico na cabeça do outro. Tanta violência ali que a dele, não sei... Mas não me chamou a atenção o autoritarismo, digamos assim, dele.

1.7 Perfil VII - H. H. L. D. (entrevista em 11 de outubro de 2009)

O espectador número 7 é homem, 31 anos, sargento da Aeronáutica e estudante de Direito. Define-se como um amante do cinema desde garoto, a tal ponto que não consegue escolher um gênero cinematográfico preferido, optando sempre por assistir a filmes nas salas de exibição. Costuma escolher o que vai ver por meio de informações no jornal e na Internet, mas somente às vezes lê críticas e artigos na mídia especializada, embora seja um admirador da revista especializada SET. Assim como todos os entrevistados, o enredo do filme é o critério mais forte na escolha do que vai assistir, não se importa se o final do filme é feliz ou não.

H. mora com pai (sua mãe faleceu em 2009) e irmão na periferia de Olinda (PE), município da Região Metropolitana do Recife, onde o pai tem um pequeno comércio – padaria, e estuda subsidiado, numa das faculdades mais caras do Estado, a Universidade Católica de Pernambuco. Lá, segundo ele, já percebeu, por parte de alguns colegas, atitudes veladas de discriminação em relação à sua pessoa, em decorrência, na sua avaliação, de ser mais velho do que a maioria, por conta de sua posição social e do local onde reside. Apesar de querer melhorar de vida com a formação em um curso universitário, H. avalia que entrar para a Força Aérea Brasileira (FAB) foi a melhor coisa que aconteceu em sua vida, pois lhe deu estabilidade financeira, o que lhe possibilitou ter coisas que não teria numa outra situação, como um automóvel.

De temperamento extrovertido, assiste a muitos filmes norte-americanos de ação, ficção científica e policial, mas admira o cinema nacional, que avalia como bom, assistindo a todos os filmes da entrevista, à exceção de *Lavoura arcaica*: viu *Central do Brasil* em DVD, mas *Cidade de Deus* e *Tropa de elite* foram vistos várias vezes, no cinema e em DVD.

O espectador destaca os aspectos humanistas valorizados em *Central do Brasil*, sobretudo aquele referente ao fato de a personagem Dora (Fernanda Montenegro) escrever cartas para analfabetos se comunicarem com as suas famílias em outras regiões do Brasil. H. acredita

que esse foi um dos elementos que fez com que muita gente se emocionasse com o filme, embora não se recorde de muitos detalhes a respeito do andamento do enredo. Para ele, o importante é: “Aquela senhora adota ele (*o menino Josué*). Eles ficam sendo uma família e ela também é uma mulher solitária, praticamente. Aí parece que eles se descobrem e se completam, mas ela acha que não daria certo. Aquilo acabou sendo muito importante pra ela”.

Sobre o fato de o filme explorar a temática da miséria, H. não concorda, pois na sua visão o filme apenas representa “a completa realidade”. O problema, segundo ele, é que quando se assiste a um filme é necessário perceber “a mensagem” do filme, citando *Matrix* (Andy Wachowski; Lana Wachowski, 1999) como exemplo de que é aparentemente apenas “porrada e luta”, mas que possui um sentido mais profundo somente percebido na reflexão que a mensagem do filme transmite. Para ele, a miséria em *Central do Brasil* é apenas “uma ferramenta para passar essa mensagem de humanidade. É só isso”.

Sem nunca haver assistido ou mesmo tomado conhecimento do filme *Lavoura arcaica*, a exemplo de outros espectadores entrevistados, H. assistiu a mais de 30 minutos do filme para a entrevista. Provocado sobre a sua percepção a respeito do que acabara de ver, H. comentou que não gostaria de assistir a um filme como esse seja nos cinemas ou em DVD. Embora ressalve que a “linguagem do filme é interessante”, H. conta que não se sensibilizou com o enredo do filme

Eu vou ser sincero. Um filme como esse aí não é um filme comercial não, entendeu? É um filme que é bem trabalhado, o roteiro dele é bem feito. Lembra muito *Pulp fiction* (Quentin Tarantino, 1994, com o qual muito se identificou) porque ele tem assim vários cortes no início, meio e fim. Não tem aquela coisa cronológica. A linguagem do filme é bem poética e tudo mais. Parece uma prosa também. Mas, garanto que muita gente não iria porque a pessoa quando vai ao cinema quer uma diversão. (*O filme*) é de um nível para uma pessoa especializada, está entendendo? Não é para o público em geral não. Não é mesmo. Com certeza, não. Tem quase três horas. Eu tenho quase certeza que as pessoas acostumadas a ver esses filmes americanos não resistem a meia hora assistindo a esse filme aí. Tenho certeza que não. Vão ao cinema porque querem ver Selton Mello ou essas atrizes do momento, mas só por isso mesmo. Mas o filme por si só cansa muito.

Demonstrando conhecimento sobre as razões do mercado de cinema, H. acredita que *Lavoura arcaica* é o tipo de filme que não rende na bilheteria dos cinemas:

O multiplex é caro. Um filme como esse não dura muito tempo no multiplex. Você já tem um ingresso caro e um filme como esse, as pessoas não vão querer assistir. Não é comercial: a questão da religião, o comportamento patriarcal, a família daquela época ali. Eu acho que é um ótimo filme pra você estudar porque envolve questão social, questão jurídica, questões de afetividade, psicológicas. É um filme de estudo. É um filme para universitário, para um estudante de Psicologia e Antropologia. Envolve direito de família, questões como incesto, proibições. (Neste ponto, o espectador faz uma curiosa observação, argumentando que a “culpa” da tragédia é de Ana – interpretada por Simone Spoladore – porque é ela quem “provoca” o irmão André, interpretado por Selton Mello).

A respeito de *Cidade de Deus*, H. avalia também que não se trata de um filme “comercial” e que o objetivo dos realizadores não era fazer um filme de ação nos moldes das produções vindas de Hollywood. Para ele, o objetivo é “apenas mostrar a realidade dos meninos de rua, dos traficantes, do mundo das drogas. Eles queriam passar a realidade, entendeu?”. O espectador se utiliza do mesmo raciocínio empregado no entendimento sobre *Central do Brasil*, uma vez que o recurso da violência é uma “ferramenta pra mostrar, tipo assim, para dar uma combustão no filme, mas não é para fazer um filme de ação”. Explica que “filme de ação” é o que os norte-americanos fazem no seu cinema.

Você vai assistir a um filme como a trilogia *Bourne* (*A identidade Bourne*, de Doug Liman, 2002; *A supremacia Bourne*, de Paul Greengrass, 2004; e *O ultimato Bourne*, de Paul Greengrass, 2007, onde o ator Matt Damon interpreta o agente Jason Bourne), que eu adoro. Aquilo ali sim é comercial. Aquilo é pra gente se divertir. Olhar e achar engraçado, achar bom, entendeu? Mas não é algo pra você pensar e avaliar não. É pra você se deslumbrar, como é o caso de *O sequestro do metrô 123* (Tony Scott, 2009), que assisti no cinema e que achei muito bom também.

Quando a abordagem do tema cinema se dirige ao filme *Tropa de elite*, a conversa com H. toma novo rumo: o do entusiasmo. Ao assistir ao filme mais de dez vezes (possui uma cópia em DVD), H., que se mostrou bem falante na entrevista, torna-se ainda mais eloquente, demonstrando inequivocamente que o filme dirigido por José Padilha repercutiu positivamente, segundo sua percepção. “Eu sou militar. Nas academias (militares) é bem parecido com aquilo ali (referindo-se ao treinamento do BOPE)”, afirma. E recorrentemente se utiliza da mesma lógica – a do retrato da realidade – para justificar porque também gostou de *Tropa de elite*, assim como apreciou positivamente *Central do*

Brasil e Cidade de Deus. “O Padilha (diretor do filme) quando fez aquele filme só procurou mostrar a realidade, entendeu? Tanto que ele foi orientado por um cara que trabalhou ali (Rodrigo Pimentel, ex-capitão do BOPE). Então não tinha como ser diferente daquilo não”.

O espectador supõe que filmes como *Tropa de Elite* e *Cidade de Deus* repercutem porque mostram realidades sobre universos sociais que se situam bem próximo à classe média, mas observa que há percepções equivocadas sobre tais filmes, quando, segundo ele, se confunde essas produções nacionais com “congêneres” realizados nos EUA:

Muita gente bota o estigma de filme americano comercial, mas eu acho que o diretor, o produtor nem esperavam aquilo dali. Não esperava não porque a história contada é muito diferente desses filmes americanos. Por exemplo, o pessoal diz: é parecido com *SWAT* (Clark Johnson, 2003, *com direito a sequência*). Eu não acho. Não tem nada a ver. Muitos colegas (da *Aeronáutica*) falaram que parecia muito, mas o diretor não queria mostrar ação e sim como é a violência, a tortura, aquele “método científico” do Capitão Nascimento para saber informações. E a questão da corrupção, como é a vida de um policial, a questão de salário, da família, a preocupação, a pressão que ele recebe dos seus superiores, entendeu? E como é fácil uma pessoa se corromper naquele trabalho ali, especialmente no Rio de Janeiro. *Tropa de elite* é um filme altamente inteligente. Não é um *Máquina mortífera*, com Mel Gibson (Richard Donner, 1987, *e sequências*), feito para você se divertir.

H. também se posiciona contrário à forma como o filme foi recebido por parte da crítica especializada, que o qualificou como “fascista”. O espectador faz questão de ressaltar que não há desculpa para a utilização de tortura, mesmo quando em prol do combate a criminosos, mas observa que *Tropa de elite* não faz qualquer apologia de tal procedimento como forma desculpável de investigação policial, embora reconheça que aquilo aconteça na esfera policial. Para ele, não foi o filme que transformou o Capitão Nascimento em “herói” porque o mostra torturando bandidos.

Virou um herói porque queira que não, a população vive com medo. Ele é popular porque as pessoas querem se vingar dos bandidos. O Capitão Nascimento é um instrumento de vingança; é o sentimento das pessoas. Quando dizem que ele é um herói é porque o cara que perdeu um ente querido da família com um tiro por causa de um bandido num assalto ou de um cara que foi assaltado, levaram os documentos dele, levaram o carro dele, e nunca mais viu carro nem carteira, vendo uma cena daquela ali, ele pensa: “Poxa, esse cara, eu queria ser esse cara pra me vingar do cara que fez isso comigo”. Entende? Vem aquele sentimento de raiva e de ódio. A verdade é essa. As pessoas estão cansadas de violência. Elas querem ser protegidas. Uma proteção que está prevista na Constituição e

na verdade não existe. Aí eles têm o quê? “Esse cara é o meu salvador. Com um cara desse eu estava seguro. Eu podia sair à noite. Eu podia passear”. É isso.

O filme parece ter significado algo mais para H. Ele se diz bastante identificado pessoalmente com sequências do filme porque lembram momentos vivenciados por ele quando do seu próprio treinamento na Aeronáutica, logo que foi incorporado, depois de ser aprovado no concurso para sargento. Ao contrário do que possa parecer apenas observando o treinamento dos recrutas do BOPE, as lembranças provocadas em H. são positivas e até mesmo hilariantes, segundo sua própria definição: “*Tropa de Elite* é um filme assim que, às vezes, parece até uma comédia para mim porque teve momentos que eu ria muito porque lembro do quartel, está entendendo? Tem muito a ver com o quartel”.

O espectador conta, inclusive, que existiu um “Capitão Nascimento” em sua vida.

Foi lá em São Paulo. O cara era um terror! Ele é carioca, Capitão M., hoje é major. Uma vez, a gente estava em forma e eu estava meio chateado nesse dia, estava muito irritado, tinha brigado com alguém por telefone... Ele olhou para mim, me provocando e disse: “Algum problema?” Eu disse: “Capitão, sabe qual é o problema?”. Ele: “Qual é?”. Eu falei: “É que eu sou feio. O senhor já viu nordestino? É tudo feio. Eu sou um macho muito feio. Tá bom pro senhor?”. Aí, meu amigo, o cara pirou: “Você é maluco? Você é doido? Responder assim para um oficial! O senhor é doente?”, ele falou. Aí eu fiz: “Eu não. O senhor perguntou, eu estou respondendo com sinceridade”. Ele disse: “Sinceridade uma porra!”. Aí começou a reclamar e reclamar. Eu me lembro que ele fez assim (*H. imita o sotaque carioca do referido capitão*): “Você quer medir forças comigo? Eu tenho um braço forte, luto Jiu-jítsu. Você é fraco! Você não é páreo para mim não! Te quebro rapidinho”. Eu disse: “Capitão, eu não quero medir forças com o senhor não. Francamente, eu não estou com cabeça pra isso não, mesmo porque já estou puto mesmo. Se o senhor quiser fazer alguma coisa comigo, pode fazer! Não tem bronca não”. Eu estava muito estressado, era final de curso. Eu sei que todo mundo começou a rir na hora. Até os outros oficiais começaram a rir também.

Numa outra situação, em um acampamento, o episódio foi rememorado:

Eles chegavam e diziam (*H. imita outra vez o sotaque carioca*): “Ah! Você é o H.? O feio nordestino? Você está sendo lembrado agora. Vamos fazer algo bom com você aqui”. Aí foi um inferno, uma correria, uma loucura, mas foi bom. (*Rindo*). O Capitão M. pediu diversas vezes para eu desistir... (*Rindo*). Mas foi bom, ele (*o Capitão M.*) falou comigo depois: “Espero que você não guarde mágoas minhas. Você sabe que isso foi um treinamento. Aquilo tudo foi para ver como você se dava no quartel”. Ele queria pegar nos meus pontos fracos. Ele queria me ver explodir, entendeu?

2 Considerações sobre o diálogo dos filmes com os espectadores, a partir dos seus aspectos narrativos

2.1 Em *Central do Brasil* (1998)

Embora tenha causado certo desconforto em alguns agentes espectadores, que, naquele momento contextual (1998) de Retomada do cinema nacional não viam com bons olhos que um filme com temática fortemente relacionada à exclusão social, à miséria e ao desamparo, representasse o Brasil numa competição internacional profundamente vinculada à cultura popular como o Oscar norte-americano, o filme é percebido pela maioria dos espectadores como um drama que veicula uma mensagem terna, familiar, amorosa, que reforça valores morais, sobretudo pelo final redentor no qual a personagem principal, uma mulher amargurada e maltratada pela vida, encontra sua redenção ao empreender uma trajetória inesperada com um menino que não conhecia, modificando dali adiante seu mundo e sua percepção da vida (o chamado *feelgood movie*⁸³). Os sentimentos que afloram dessa relação causam profundo bem-estar nos espectadores. Nesse sentido em um filme perfeitamente enquadrado ao habitus narrativo do subcampo do cinema, tanto no pólo da produção quanto da recepção espectral.

2.2 Em *Lavoura arcaica* (2001)

Por que somente uma minoria de espectadores consegue aderir a um filme tão delicado e ao mesmo tempo brutal como *Lavoura arcaica*? A não adesão ao filme nada tem a ver com a quantidade de inteligência dos espectadores, sequer tem relação com o nível educacional, instrucional dos agentes ou até mesmo com o seu capital cultural em um sentido amplo, embora esses sejam elementos que ajudem na compreensão do filme. A não adesão diz respeito ao desenvolvimento de certo e determinado capital cultural especificamente direcionado para uma iniciação no conhecimento da linguagem do cinema e/ou, em um nível menos especializado, com um grau de identificação que se estabelece com o filme que

⁸³ Expressão utilizada pela crítica especializada para designar um tipo de filme que faz o espectador se sentir bem ao sair do cinema, por sua mensagem otimista e humanista. Possui uma aplicação quase que restrita a um determinado gênero de filme hollywoodiano. No caso de *Central do Brasil*, tal aplicação pode ser realizada, levando-se em conta, sobretudo, o final do filme.

está vinculado ao grau de identificação emocional, psicológica, subjetiva que o filme é capaz de gerar em poucos espectadores.

É possível que um agente com alto capital cultural, que possui todo o instrumental cognitivo para compreender o filme (compreensão entendida não apenas no sentido do enredo ou da história que o filme conta, mas ao nível da linguagem, da narrativa), não se identifique com o que é visto na tela. Desta forma, o agente consegue acessar o código, mas não se emociona. Tal situação existe porque *Lavoura arcaica* foge quase que por completo ao padrão do habitus narrativo tanto da produção do subcampo quanto da recepção dos espectadores. Eventualmente, os agentes podem até, isoladamente, identificar certas qualidades patentes do filme (fotografia, temática, atuação dos atores etc), mas não percebem esses elementos isolados como um todo uniforme capaz de seduzi-lo. *Lavoura arcaica* não é filme, para a maioria dos espectadores, que possa ser entendido como “entretenimento”.

2.3 Em *Cidade de Deus* (2002)

Há dois movimentos em *Cidade de Deus*: O filme, sob o ponto de vista narrativo, mostra-se relativamente conservador e alinhado ao habitus narrativo da produção, quando se utiliza de recursos como letreiros explicativos, narração em *off* e até mesmo em alguns aspectos da luz utilizada na fotografia para distinguir períodos temporais, com o claro objetivo de auxiliar a compreensão do espectador.

Por outro lado, é reconhecível em *Cidade de Deus* a influência de certa linguagem relativamente nova no subcampo do cinema e que se refere à influência que alguns filmes sofreram diretamente da linguagem do videoclipe, que nasceu a partir da inauguração da *Music television* (MTV), ainda nos anos 1980, fortemente influenciado pelo cinema. *Thriller*, videoclipe de Michael Jackson, é o mais eloqüente exemplo disso. Essa linguagem surgida nos EUA foi posteriormente importada para o Brasil. No entanto, a estética MTV, tal como é reconhecida, precisou de alguns anos para ser elaborada e, aparecer como padrão narrativo específico, consagrando-se, nos anos 1990, como linguagem que se firma a partir

de três aspectos: a montagem acelerada, com ritmo frenético; planos de curtíssima duração e a sobreposição de diversos planos em um mesmo quadro.

Na década de 1990, a estética MTV não apenas influenciava o cinema comercial, como também o cinema publicitário, de onde é originário Fernando Meirelles, diretor de *Cidade de Deus*. A tríade cinema comercial / videoclipe / cinema publicitário está bem presente na narrativa do filme, determinando uma renovação da linguagem do cinema comercial. O que resultou foi uma “imagem cinematográfica” modernizada que, dialeticamente, embora não encontrasse paralelo no cinema comercial de então, dele se originou como primeira influência. Neste sentido, *Cidade de Deus* é a expressão / versão cinematográfica da linguagem e narrativa do videoclipe. A adesão do espectador, sobretudo dos mais jovens, ao filme se dá por meio da apreciação de tal convergência e mescla de linguagens e narrativas.

2.4 Em *Tropa de elite* (2007)

A adesão ao filme pode ser explicada, apenas parcialmente, por três distintos aspectos: primeiro, a linguagem do filme, que vai buscar em *Cidade de Deus* sua mais forte referência; segundo, o involuntário esquema de marketing e publicidade gerado pela circulação das cópias piratas do filme antes de sua estreia nos cinemas, que ocorreu, sobretudo, nas áreas de favela e periferia, nas quais o BOPE é uma referência presente e forte para essas comunidades; e terceiro, o interesse da classe média pela questão da violência que a atinge diretamente.

Numa compreensão mitigada a respeito dos filmes, tanto *Tropa de elite* quanto *Cidade de Deus* seriam subgêneros do filme policial, uma vez que todos os elementos do gênero estão postos, mas no imaginário de grande parte dos espectadores brasileiros esses filmes funcionam ou são percebidos numa outra esfera de reconhecimento, pois são obras que tratam ou representam aspectos importantes de uma dada realidade nacional. É como se, facilmente, fosse possível distingui-los dos congêneres hollywoodianos pelo simples fato de abordarem questões locais. Trata-se de um diferencial a ser considerado.

Com relação à linguagem, o filme nada faz além de seguir o caminho trilhado por *Cidade de Deus*, enfatizando os aspectos narrativos deste (narração *off*, câmera em movimento em grande parte das sequências, fotografia que identifica espaços, montagem ágil com alternância de planos em campo e contracampo, em número calculado para permitir a agilidade narrativa pretendida). Como marca própria, é possível afirmar que o filme extrapola os limites invisíveis que separa asfalto / morro e coloca personagens em interação e confronto, sobretudo identificando e nomeando personagens de classe média que agem nos dois pólos. Isto é patente no filme, a ponto de o personagem André Matias (André Ramiro) explicitar a “contribuição” que a classe média tem no crescimento do tráfico e da violência. Assim, o filme traz, como elemento “novo”, o acréscimo do personagem da classe média.

Mas, o personagem de classe média não está no filme apenas como coadjuvante, como os jovens de *Cidade de Deus*, que surgem somente para consumir drogas. Em *Tropa de elite*, até mesmo os jovens que consomem drogas interagem com o morro e a favela, supostamente como agentes de trabalho social, como é o caso do personagem Maria (Fernanda Machado). A maior identificação dos espectadores de classe média com o filme *Tropa de elite* se dá pela figura do Capitão Nascimento (interpretado por Wagner Moura) que pode ser considerado um personagem de classe média, afinal é um agente da elite da Polícia Militar, mais bem remunerado que aqueles não pertencentes à elite. O personagem tem vida privada (a esposa está grávida), transtornos psicológicos em virtude do trabalho (que largar o serviço, embora não se saiba bem o que deseja fazer posteriormente, posto que ainda é jovem). Além disso, é reconhecido pelos pares como honesto e incorruptível, embora utilize métodos autoritários e ilegais para obter informações que garantam o eficiente e eficaz combate ao tráfico de drogas.

É o Capitão Nascimento a chave para a melhor compreensão a respeito da relação de identificação que muitos espectadores de classe média mantêm com o filme dirigido por José Padilha.

2.5 Considerações gerais sobre os perfis dos espectadores entrevistados

As considerações postas aqui são gerais a respeito de um grupo de sete agentes, considerados espectadores médios, ou seja, não são, por um lado, especialistas em cinema nem são, de outro, espectadores desinformados e que não mantenham o hábito de assistir filmes no cinema. Os espectadores elencados nestes perfis espectatoriais vão com certa frequência (com variações individuais) às salas de cinema da Região Metropolitana do Recife e se mantêm informados sobre filmes e repercussões deles decorrentes.

Assim, pode-se definir, grosso modo, que os sete espectadores estão situados em uma larga faixa de espectadores de cinema, que, por recorte metodológico desta tese, amplamente justificado em várias passagens do presente trabalho, são espectadores oriundos ou pertencentes aos diversos segmentos sociais que atualmente compõem o que se conhece como classes médias. Uma categorização adequada ao referencial teórico, posto nesta pesquisa, e condizente com a situação fática da realidade social brasileira contemporânea, sendo esses espectadores representativos dos diversos segmentos sociais dos quais fazem parte.

Os sete espectadores (quatro homens e três mulheres) estão situados na faixa etária dos 31 aos 58 anos, todos trabalham, alguns estudam, apenas dois não apresentam nível superior, possuem faixas salariais variáveis entre si e residem em bairros diferentes. Apenas uma espectadora apresentou alguma relação com a atividade audiovisual, assim mesmo de forma indireta, uma vez que trabalhou com produção em vídeo. Caso seja possível fazer apenas uma generalização a respeito dos sete perfis, esta diz respeito à comprovação da adesão, por meio do *habitus* narrativo da produção e da recepção à quase totalidade de filmes nacionais que alcançam alguma visibilidade, percebendo-se um enquadramento a um modelo de cinema ditado pelo subcampo cinematográfico. Em diferentes níveis, tal acontece com *Central do Brasil*, *Cidade de Deus* e *Tropa de elite*, além de tantos outros títulos das safras recentes da produção nacional. À exceção está restrita a pouquíssimos filmes, incluindo *Lavoura arcaica*.

As diferenças e variações encontradas dizem respeito normalmente a preferências estéticas pontuais sobre o gênero do filme: aderir ou não a filmes com temática sobre violência, aderir ou não a filmes sobre a “realidade social”, aderir ou não a filmes mais voltados para o simples entretenimento ou para o cinema mais reflexivo que faz pensar. Evidentemente, os filmes possuem variados níveis de leitura ou de decodificação, sendo possível que os espectadores os percebam como lazer, simplesmente, ou até mesmo processem algum tipo de identificação, como uma espécie de satisfação catártica com a jornada do “outro”, apresentada na tela do cinema, ou também é possível encontrar e reconhecer sentidos e significados mais profundos, a serem revelados em estudo psicológico mais aprofundado, o que não é o objetivo desta tese.

No entanto, sob o ponto de vista das disposições narrativas do habitus de produção e de recepção, essas são variações mínimas porque os espectadores reclamam, implicitamente, que os filmes devam ser narrativos para que sejam considerados bons, embora não tenham muito claro para si o que são exatamente categorias como cinema narrativo, narratividade etc. É assim a confirmação das disposições gerais do subcampo, que demandam em função de seu próprio habitus e do habitus da recepção, conforme já observado em outras passagens desta tese.

Todos os espectadores entrevistados se mostraram simpáticos ao cinema nacional, mas tal simpatia deve ser observada com cautela, posto que se referiam, na grande maioria das vezes, ao cinema brasileiro contemporâneo, reconhecível a partir da retomada em 1995, e aos objetos analisados diretamente: os filmes *Central do Brasil* (1998), *Lavoura arcaica* (2001), *Cidade de Deus* (2002) e *Tropa de elite* (2007). Duas dessas espectadoras, inclusive, se dirigiram de forma pejorativa ao cinema nacional de épocas passadas (pornochanchada), enquanto dois outros apenas fizeram menção a esse período, sem grandes valorações positivas, igualmente. No imaginário de alguns dos espectadores, dependendo de sua faixa etária, estão presentes as associações do cinema nacional com a pornochanchada, assim como do cinema nacional com filmes engajados social e politicamente. Neste segundo momento há indícios de uma leve referência, não especificamente nominada, ao cinema novo ou ao seu legado.

Em verdade, apenas um demonstrou algum interesse e conhecimento positivos sobre o cinema novo - o movimento estético mais importante do cinema nacional, segundo a visão da crítica especializada -, que se mostra verdadeiramente desconhecido por gerações abaixo dos 50 anos. Uma segunda espectadora também faz menção, entretanto sem entusiasmo. E um terceiro entrevistado se refere ao cinema brasileiro mais engajado dos anos 1980, valorando-o positivamente. Por outro lado, quase todos os espectadores fizeram alguma menção ao cinema brasileiro, sem especificar filmes, identificando-o com uma produção cinematográfica que recorre à linguagem, à temática e aos elencos da televisão.

Há uma reclamação difusa no subcampo do cinema brasileiro sobre o fato de que a produção nacional contemporânea apresenta poucos títulos que abordem a problemática da classe média. Em outras palavras, reclama-se de que não existem filmes em número suficiente com personagens de classe média como protagonista, assim como inexiste foco nos dramas individuais e coletivos desses agentes. Tal alegação se deve, por vezes, porque o cinema argentino está se especializando crescentemente na produção de filmes com esse conteúdo e abordagem. Se isso é verdade para os agentes do subcampo, é possível que não se encontre reverberação juntamente aos espectadores.

No momento contemporâneo da produção nacional, o espectador brasileiro – majoritariamente um agente de classe média – vê-se bastante identificado com as comédias produzidas e distribuídas por Globo Filmes, nas quais o protagonismo das tramas é do agente das classe médias. É possível que a queixa de muitos dos agentes do subcampo tenha como fundamento o fato de que não haja filmes do gênero drama protagonizados pelo homem de classe média. Nesse sentido, a argumentação parece oferecer mais consistência. No entanto, curiosamente, nas sete entrevistas com espectadores, não houve menção direta sobre o assunto e, aparentemente, nenhuma queixa nesse sentido.

Uma hipótese a ser pensada é a de que a representação do agente da classe média nos filmes não necessite existir explicitamente, ou seja, não seria necessário que houvesse filmes com temática específica sobre a classe média, uma vez que o princípio mobilizador

do espectador em relação ao cinema é o *habitus* narrativo. Em outras palavras, de nada adiantaria produzir filmes com tais temáticas se a abordagem da narrativa se afasta do padrão de linguagem (ou o código de linguagem) não é acessível satisfatoriamente pelo espectador. Na longa historiografia do cinema nacional, houve ciclos ou períodos ou cineastas que se dedicaram ao agente da classe média e não necessariamente conseguiram repercussão. O melhor exemplo de boa comunicação na relação espectador de cinema nacional / personagem de classe média está contida na pornochanchada, enquanto o exemplo frustrante fica por conta do cinema novo, sob o ponto de vista do olhar do espectador.

O que se observa empiricamente é que os espectadores de classes médias desejam olhar diversamente para o cinema, inclusive para filmes que os tenham como protagonistas. Mas, não apenas isto. É possível que os agentes do subcampo do cinema estejam ainda aterrorizados com o legado deixado pelos cineastas intelectuais, pela via do cinema novo. O legado de um projeto, imaginado e tentado, mas fracassado, de se auto nomear porta-voz dos anseios e desejos de agentes de classes populares, quando, em verdade, conforme visto por Bernardet (1978), se tratava de um projeto (pessoal e/ou de grupo) de agentes intelectuais da classe média, pensando sobre seus próprios anseios e desejos. Assim, pleiteia-se que o cinema nacional seja outra vez porta-voz de uma classe social, mas agora com menos pretensão intelectual e política, pois os espectadores parecem passar ao largo desses projetos, pelo menos racionalmente.

Diferentemente da literatura (ou de uma alta literatura, em um sentido de Bourdieu), da ópera, da música clássica, das artes plásticas e até do teatro, que em maior ou menor escala podem ser percebidos como algo que se situa dentro de determinada erudição cultural, o cinema, como produto e consumo cultural, encontra-se bastante afastado dessa abordagem de “cultura legítima”, desde o seu nascedouro, muito embora, conforme já foi visto nesta tese, tivesse sofrido forte influência de linguagens mais eruditas ao longo de sua história. Sendo um produto da cultura popular (ou para o povo, como se queira colocar), o cinema alcançou *status* social diferenciado ao longo das décadas em que existe, oscilando de um

entretenimento barato e vulgar, no início do século, a um produto de consumo acessível apenas à classe média, conforme se observa contemporaneamente.

Esta abordagem multifacetada do cinema como cultura média complexifica a compreensão das adesões e rejeições dos espectadores. Para compreendê-las no universo das sete entrevistas, é necessário observar variações de padrão social nas classes médias, perceptíveis entre os sete entrevistados: seus habitus familiares, escolares, suas trajetórias pessoais explicam, em parte, algumas dessas adesões e rejeições. Segundo uma perspectiva bourdieusiana, perfis socialmente mais homogêneos devem apresentar práticas culturais e gostos estéticos mais convergentes. Na prática, tal abordagem apresenta alguma limitação, por conta das variações nos habitus individuais, embora certos padrões vinculados às classes sociais possam ser identificados.

As consonâncias entre práticas culturais e gostos de agentes esperados no interior de determinado segmentos social existem, confirmando algumas teses bourdieusianas, mas as dissonâncias, embora não tão presentes, também ocorrem, confirmando a tese das variações individuais de Lahire. Alguns usos que os espectadores fazem do cinema e dos filmes podem ser destacados:

Os espectadores com maior capital cultural, constituídos a partir de uma formação universitária, com pós-graduação (F. A. D. P. L. e A. P. B. M.) têm uma visão mais acurada sobre a realidade social, econômica e política do país, e também a respeito do papel do cinema como reflexo de tal realidade. Outros três espectadores entrevistados (V. P. M., F. A. R. G. S. e H. H. L. D.) percebem esse papel do cinema, embora de forma não muito clara. Os dois últimos inclusive sem possuir diploma de nível superior. Enquanto, apenas S. P. A. C e M. A. E., que possuem diploma de nível superior, não demonstraram qualquer interesse sobre isso.

A percepção do cinema como entretenimento e lazer é generalizada entre todos os agentes, embora alguns sejam mais seletivos em relação ao que assiste, levando em consideração seu capital cultural (F. A. D. P. L.). Neste sentido, a variável faixa etária é um balizador

importante, uma vez que o espectador é pessoa madura (58 anos), evidenciando uma consonância. Curiosamente, o espectador que parece mais afeito ao lazer e entretenimento, inclusive sendo admirador de filmes hollywoodianos de ação (H. H. L. D.) foi com F. A. D. P. L. um dos três (o outro A. P. B. M.) que mais reiterou e valorou positivamente o cinema nacional como representação da realidade. Entre os dois há consideráveis diferenças de idade, renda, bairro onde reside e formação intelectual.

Sobre a questão da identificação direta com o espectador demonstrada por H. H. L. D., que viveu situação análoga com situação e personagem de *Tropa de elite*. Ainda no aspecto da identificação, ainda que indireta, as três mulheres entrevistadas se mostraram enternecidas e encantadas com os elementos do filme *Central do Brasil*, não por coincidência o único dos quatro filmes em que a mulher ocupa papel de relevância. Entre os homens, tal sentimento é mitigado e substituído, nos discursos, pelo realce ao caráter humanista do filme. Apenas F. A. D. P. L. ressaltou o aspecto de crítica e denúncia social de forma mais eloquente.

O cinema, como prática cultural coletiva que permite a interação social entre os agentes, foi bastante destacada por S. P. A. C., ao afirmar explicitamente que, atualmente, freqüenta o festival de cinema para assistir aos filmes e se encontrar com amigos, e que implicitamente deixa transparecer um hipotético interesse em conhecer pessoas de sua geração e faixa etária no evento. Para ela, a prática de ir ao cinema pode ser “lida” como uma intenção expressiva de sua subjetividade e de boa vontade cultural, no sentido de Bourdieu. Na formação de V. P. M. como espectadora apaixonada por cinema, o aspecto relacional com amigos, colegas e namorados também foi motivo de destaque por parte dela, sendo igualmente percebido como algo relacionado a uma intenção expressiva de sua subjetividade.

Sobre a linguagem dos filmes, F. A. D. P. L. foi o único que conseguiu estabelecer uma compreensão da narrativa de *Lavoura arcaica*, valorando-a positivamente, no aspecto intelectual e em termos de uma identificação pessoal. Isto pode ser creditado ao seu capital cultural e habitus familiar, que o remete a uma origem social no campo, desencadeando sua

memória afetiva. Em certo sentido, pelo menos no caso de *Lavoura arcaica*, há confirmação das teses bourdieusianas: o único filme de perfil distinto somente foi percebido e valorado positivamente pelo entrevistado com maior capital cultural. É bem verdade que F. A. D. P. L. não assistiu ao filme inteiro, mas demonstrou real interesse sobre o trecho de 30 minutos exibido na entrevista. Sem o mesmo capital cultural, H. H. L. D. também foi bastante eloquente sobre a dimensão intelectual do filme, mas não demonstrou qualquer sensibilização e identificação pessoal com o mesmo, valorando-o negativamente.

Dos sete entrevistados, os dois que demonstram interesses mais restritos com relação ao cinema foram F. A. R. G. S e M. A. E. No entanto, o primeiro parece estar imbuído, há alguns anos, de uma boa vontade para acessar a filmes que, no passado, não lhe interessavam. Embora não o admita, o seu habitus familiar já o indicara nesse sentido (pais que mantêm o interesse em cinema, não apenas colecionando filmes em DVD, mas assíduos freqüentadores das salas de cinema dos multiplexes, apesar da idade), mas sua trajetória pessoal o afastara desse habitus, que é agora retomado. Quanto a M. A. E., ela demonstra que o cinema é uma atividade absolutamente secundária em seu cotidiano, sendo um consumo perfeitamente dispensável, embora por seu habitus familiar já sofresse uma influência nesse sentido (filha de médicos, irmã cinéfila), com condições de se tornar uma espectadora mais ativa.

No conjunto dos espectadores entrevistados, nenhum demonstrou particularmente uma atitude crítica hostil em relação ao cinema norte-americano. Somente F. A. D. P. L., A. P. B. M. e H. H. L. D fizeram algum tipo de distinção entre cinema nacional e cinema norte-americano, sob variados enfoques: F. A. D. P. L. reconheceu positivamente o cinema oriundo dos EUA como um cinema de força, embora ao traçar paralelos com outros cinemas nacionais, indicasse que o cinema norte-americano é parte de um código mais facilmente assimilável pelos públicos médios. Segue na mesma linha de pensamento, H. H. L. D., inclusive nomeando filmes em contraposição aos filmes brasileiros, distinguindo-os no sentido de que os filmes hollywoodianos objetivam a diversão enquanto o cinema nacional busca a reflexão sobre uma realidade social, mas ressaltando que os filmes produzidos nos EUA são de efetivamente do seu agrado. Já A. P. B. M. é o único que se

posiciona de uma forma mais crítica: para ele, o cinema dos EUA mascara a realidade e isso é valorado por ele negativamente.

De um modo geral, a prática cultural e o consumo de filmes em salas de cinema destacam, em maior ou menor grau, os aspectos relacionados à subjetividade individual dos entrevistados e à distinção social, que se expressam nos filmes que se escolhe assistir e nos lugares de assistência desses filmes. Do grupo de sete espectadores, apenas dois nunca haviam assistido a um filme no Cinema da Fundação (F. A. R. G. S e M. A. E), mas também nenhum dos outros cinco que já o freqüentaram demonstraram que o fazem sempre. Tal relação de 5 para 2 dimensiona satisfatoriamente o grau de interesse em que cinema e filmes alternativos ocupam em suas vidas.

Compreende-se que, em relação à recepção de produtos culturais cinematográficos, desenvolvida nesta tese, as hipóteses de recepção, segundo o enfoque teórico de Pierre Bourdieu, são consideradas, mas se apresentam limitadas na compreensão dos sentidos atribuídos aos filmes e a apropriação da obra pelo espectador. O cinema e os filmes analisados fogem à adequação à categoria de cultura legítima (salvo *Lavoura arcaica*) proposta por Bourdieu, porque o cinema, considerado universalmente, não se acomoda perfeitamente a tal categorização, uma vez que grande parte do que é produzido se situa no interior da lógica da indústria cultural existente no subcampo do cinema. A produção cinematográfica tende majoritariamente à lógica comercial do cinema narrativo, do cinema como cultura de lazer e entretenimento, enquanto a produção relacionada ao cinema de autor, ou seja, a legitimação do cinema como arte, é parte minoritária dessa produção.

Se o cinema não é forma culturalmente legítima, estando mais adequadamente compreendido como cultura média, em sentido bourdieusiano, é porque o subcampo do cinema, através de seus produtores, age, valorizando a “co-produção” dos espectadores, por meio de exibição de sessões prévias antes do corte final, demandas de mercado, oportunismo em relação às temáticas do momento etc. Já os espectadores tendem a rejeitar o chamado cinema de autor, como é o caso de *Lavoura arcaica*. Há, conforme já foi explicitado em diversas passagens deste trabalho, o predomínio no subcampo do cinema do

habitus narrativo como sistema de disposições gerais de longo tempo, que permite algumas flexibilizações em seus aspectos menores, mas não se modifica na essência.

2.6 Tipologia de espectadores com relação ao cinema brasileiro

Da observação geral realizada em toda a metodologia qualitativa e quantitativa, através das diversas técnicas de coleta de dados, a análise que emerge com mais força sobre a relação entre cinema nacional e espectadores conclui que há grande diversidade de posicionamentos, que varia entre o mais absoluto desprezo até o apoio incondicional ao cinema nacional (aqui estão sendo considerados como apoio incondicional o incentivo do financiamento público e / ou apenas a produção do cinema nacional como narrativa cinematográfica). Entre um pólo e outro, a argumentação que se vincula aos diversos pontos de vistas inclui:

- A posição crítica feroz do agente a respeito de o Estado, no Brasil, ser praticamente o único e certamente o maior patrocinador de uma atividade que, teoricamente, para muitos, deveria ser de iniciativa privada. Reconhece que o cinema é um campo de concorrência livre e atribui valor a que os filmes se imponham por suas qualidades inerentes, como qualquer outro produto. Avalia, inclusive, que o Estado deve incentivar áreas como saúde e educação ao invés de cultura de grande público, como o cinema.
- A posição do agente que admite o Estado como patrocinador do subcampo do cinema e sua atividade correlata, para fazer frente à concorrência do cinema estrangeiro (especialmente o norte-americano), mas que critica o fato de que os incentivos fiscais beneficiem qualquer projeto, sem uma análise mais crítica sobre o gênero, a narrativa, a linguagem e até mesmo aos propósitos político-ideológicos dos filmes incentivados.
- A posição do agente que se opõe parcialmente à argumentação contida no segundo item admite que o Estado deve incentivar, mas sem direito a escolher o que ou quem

deve receber benefícios fiscais como incentivo à produção. Em outras palavras, defende uma produção livre de censura e dirigismo estatal.

O critério que fundamenta a tipologia de espectadores em relação ao cinema nacional contempla a argumentação exposta anteriormente, mas também identifica preferências estéticas e práticas de entretenimento que definem a adesão ou a rejeição ao produto nacional desvinculadas de preocupações com aspectos político-institucionais. Estes espectadores também dizem respeito a posições sociais, profissionais, intelectuais, de gênero etc. Os cinco tipos de espectadores relacionados no quadro a seguir são desdobramentos do universo dos três tipos de espectadores médios, grau 3, 2 e 1, vistos no quadro 5 (visualizado na Parte III).

QUADRO 15 Tipologia de espectadores em relação ao cinema nacional

Tipo 1 – O espectador raivoso: este odeia o cinema nacional com todas as suas forças, utilizando-se de expressões injuriosas, difamatórias, caluniosas sobre o cinema brasileiro e seus agentes. Costuma expressar as suas opiniões quase sempre em fóruns da Internet (no grupo de discussão sobre *Tropa de elite* ele aparece com certa frequência) porque está protegido pelo anonimato. É o que mais se vale do argumento 1, visto anteriormente.

Tipo 2 – O espectador indiferente: é aquele para quem o cinema nacional praticamente não existe. Ele não assiste a filmes nacionais nem se interessa por discussões sobre o cinema brasileiro, do tipo “não vi, não gostei”. Este é mais identificável em questionários estruturados.

Tipo 3 – O espectador apoiador: este, embora prefira o cinema norte-americano, torce para que o cinema brasileiro se desenvolva. Assiste a um considerável número de filmes nacionais. Acredita que, nos últimos anos, elevou a qualidade do cinema brasileiro do ponto de vista técnico e narrativo.

Tipo 4 – O espectador neófito: é aquele que, embora pouco conheça sobre cinema nacional contemporâneo e desconheça completamente a tradição cinematográfica brasileira, vem assistindo aos filmes nacionais com o emblema Globo Filmes. Enxerga, em tais filmes, qualidades comparáveis ao cinema comercial norte-americano. Aprecia mais *Tropa de elite* do que *Cidade de Deus*. Gosta de *Central do Brasil*, sobretudo porque concorreu ao Oscar, mas fica desconcertado e aborrecido diante de um filme como *Lavoura arcaica*.

Tipo 5 – O espectador sensível: este percebe no cinema nacional qualidades que nenhum dos outros quatro tipos consegue identificar. Acompanha com atenção a trajetória de muitos filmes, seja os da Globo Filmes ou não. De um modo geral, conhece alguns aspectos contextuais e históricos a respeito do cinema brasileiro, e se orgulha disso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o desenvolvimento da pesquisa realizada para a produção desta tese, percebeu-se que antes de compreender as motivações dos espectadores em relação às adesões, identificações e rejeições aos filmes nacionais, seria necessário investigar o contexto na qual tal prática espectral se dá. Ou seja, qual o sistema e quais as estruturas relacionadas a essa prática. Sem o entendimento a respeito do contexto, a atribuição de valor subjetivamente constituída na figura de um agente espectador será percebida apenas parcialmente. Por isso, fez-se necessário um amplo estudo sobre o funcionamento da atividade cinematográfica e a formação do subcampo cinematográfico ao longo do século XX.

Por cerca dos 50 primeiros anos do século passado, o cinema foi a mídia de grande público, co-existindo e rivalizando com o rádio, mas o suplantando quando da evolução da formação do seu subcampo. Esta hegemonia do cinema sucumbiu ao aparecimento (nos anos 1930) e, sobretudo, ao crescimento da televisão a partir dos anos 1950, que se transformou no maior e mais barato entretenimento para variadas faixas de público e segmentos sociais.

No Brasil, este apelo popular da televisão se configura mais fortemente, atingindo o ápice nos anos 1970. Assim, a partir da segunda metade do século XX, o cinema deixa progressivamente de ser a referência mais forte de uma cultura audiovisual e se transforma, basicamente, em expressão de consumo cultural de certos segmentos de classes médias, conforme é percebido atualmente, porque são esses que dispõem de capital econômico-financeiro para tal.

Trata-se de um consumo efetivado no interior do moderno centro de compras (o *shopping center*), onde o cinema é apenas uma opção comercial dentre tantas desse universo, ainda que guarde certa aura como entretenimento de valoração social de real importância. Essa “elitização” do consumo cultural do cinema – em termos brasileiros, cinema é prática cultural restrita basicamente a determinadas classes médias financeiramente mais abastadas - fez com que ao longo do tempo houvesse também uma sofisticação de sua linguagem e narrativa. Afinal, o cinema precisava permanecer e reinventar-se como entretenimento, lazer e expressão cultural.

A tecnologia foi o elemento importante para manter faixas de público fiéis ao cinema. E assim tem se mantido: sempre que o cinema é periodicamente ameaçado de extinção pela concorrência advinda de um novo suporte tecnológico de captação e exibição de imagens, ocorre a apropriação inteligente da nova tecnologia para fazer frente a ela: aconteceu com a televisão, videocassete, DVD (ao exibir filmes que não mais seriam vistos se não existissem essas novas tecnologias, trazendo capital para a atividade primária da produção de filmes). Isto sem contar que o subcampo do cinema sobrevive não apenas às mudanças tecnológicas, mas também às intensas transformações das estruturas econômico-financeiras que dão sustentação ao sistema e, conseqüentemente, ao subcampo do cinema para que continue existindo.

A espectralidade cinematográfica é uma prática cultural única, subsistindo ao longo do século XX, como destinação final e razão de ser do subcampo do cinema. O ato de deslocamento para uma sala pública de exibição cinematográfica é ação volitiva do agente espectador que requisita um relativo grau de motivação para aquela prática, sendo fundamentalmente diferente de assistir a um filme em qualquer outra situação (DVD, Televisão, Internet etc). Os espectadores são movidos por uma série de condicionamentos sociais e culturais internalizados nos seus diversos processos de socialização. Por isso há intencionalidade, modos de percepção do mundo e atribuição de sentido envolvidos na prática espectral e que são expressos por meio do capital cultural que os agentes ostentam.

Por outro lado, a ação espectral tem conseqüências importantes sobre determinado espaço social – o subcampo do cinema – e essas conseqüências devem ser mensuradas e dimensionadas no sentido de que interferem intensamente sobre o universo de produção desse subcampo. Ou seja, ao escolher um filme de narrativa hollywoodiana ou de procedência norte-americana ou de produção nacional, o espectador estará contribuindo para que a relação de forças no universo do espaço social determinado seja mantido como está ou haja uma mudança de orientação majoritária no interior do subcampo.

O que se delineia com o estudo desenvolvido nesta tese é a existência de um padrão de recepção por parte do espectador médio, oriundo de classes médias, que foi formado pela orientação ou lógica predominante no subcampo do cinema: o padrão do *habitus* narrativo, uma disposição a favor do cinema narrativo comercial, em geral, e do cinema narrativo hollywoodiano, em particular. Consequentemente, tal disposição é pouco favorável à consolidação do subcampo do cinema no Brasil.

A conclusão é relativamente simples, mas a análise contextual dos aspectos relacionados a ela é multifatorial, uma vez que a consolidação do *habitus* narrativo da recepção encontra profunda relação com o sistema e as estruturas do subcampo do cinema – produção, distribuição e exibição. Existe um *habitus* de recepção assim determinado porque existe um *habitus* de produção definido com a mesma orientação. Ao longo de décadas, a permanência do cinema narrativo hollywoodiano habita o imaginário cultural do ocidente, gerando um capital simbólico de extrema relevância, que traz como consequência a reiteração de certas visões de mundo. Essa existência do *habitus* narrativo determinou muitas das lutas internas no subcampo do cinema no Brasil, gerando ciclos de produção no seu interior que ora pretendiam combater o *habitus* ora aderir a ele.

Retorna-se à figura do espectador, um agente contemporâneo, que não consome apenas filmes no cinema, posto que tal prática co-existe com uma série de outras relacionadas ao consumo de conteúdos audiovisuais. Assim, quando se refere ao espectador médio fala-se de uma faixa majoritária e não de todos os espectadores, generalizadamente. O presente estudo reconhece que há diferenças entre esses agentes que pertencem a segmentos sociais próximos, integrando faixas diversas das classes médias, mas que predomina, para além dos gostos individuais, um princípio geral norteador da prática espectral.

O espectador cinematográfico é, *lato sensu*, um agente conservador, e isto é explicado em função do *habitus* narrativo ser tão fortemente presente no subcampo, a ponto de “treinar” os espectadores para aderir às suas formulações e seus gêneros cinematográficos. Numa síntese, o espectador é conservador na forma, embora nos conteúdos possa vir a ser, eventualmente, mais flexível, aceitando ousadas temáticas, desde que inseridas em

contexto da narratividade. Numa comparação, esse mesmo agente que se mostre conservador enquanto espectador de filmes de longa-metragem pode, com tranquilidade, romper com as disposições narrativas do audiovisual e ser um espectador, em outros suportes, desatrelado dos aspectos narrativos. Isto é intenso, sobretudo, com espectadores jovens: são igualmente amantes da linguagem do videoclipe e da Internet, que rompem com a narratividade, mas ao assumirem o papel de espectador de filmes retomam o gosto conservador.

Definido o *habitus* narrativo como o princípio geral de orientação da recepção, há que se fazer algumas distinções dele derivadas, retornando-se a algumas lutas presentes no subcampo. Uma das mais ferozes diz respeito à necessidade de se formar o espectador brasileiro para o filme nacional. Em outras palavras, é necessário que a produção nacional ocupe um maior espaço no imaginário simbólico do espectador, de uma forma positiva. Na França, por exemplo, o espectador assiste a filmes norte-americanos, mas há fortes políticas públicas para a sustentação da indústria cinematográfica francesa, com leis de incentivo à produção e à exibição de filmes.

Há outras iniciativas assemelhadas, como melhores ou piores resultados, em praticamente todos os países que querem fazer frente à hegemonia do cinema produzido nos EUA, mas a pergunta é: terá o Estado nacional direito de intervir na escolha de práticas culturais e espetatoriais, definindo ou influenciando o que o cidadão deve assistir, em nome de defender um segmento social específico? Outra vez, a questão é complexa. Os agentes produtores internacionais (notadamente do cinema hollywoodiano), sustentados por noções de globalização e livre mercado, adotam o discurso “democrático” de que cabe ao espectador escolher o que deseja assistir, sem a interferência do Estado neste processo, independentemente da nacionalidade e procedência do filme.

O subcampo do cinema no Brasil apresenta relativa autonomia, uma vez que esta é mitigada em virtude do negócio do cinema ser uma atividade transnacional, que, pelo menos no Ocidente, está atrelada muito intensamente à existência do cinema norte-americano como líder mundial, ocupando o mercado econômica e simbolicamente. Por

suposto, percebe-se no interior do subcampo, tradicionalmente, pelo menos uma luta que se impõe: a dos agentes da produção nacional (diretores, cineastas) contra agentes da produção hollywoodiana, que reivindicam um mercado interno para o seu cinema, apoiados por uma (quase) política de Estado que desenvolve mecanismos de incentivo à formação de um mercado para o cinema nacional.

Há tempos os agentes da produção nacional alegam que os filmes estrangeiros, sobretudo os norte-americanos, são exibidos no Brasil, pagando impostos e taxas reduzidos, para ocupar um grande número de salas, o que faz com que a sua lucratividade seja muito alta. Corrente oposta sustenta que este discurso parece estar em crise na atual era da globalização e do livre mercado, bem como o argumento da obrigatoriedade de exibição, em cada sala de cinema, do produto nacional por um número mínimo de dias por ano. No entanto, compreende-se que a reserva de mercado, pela via da taxação do produto estrangeiro e da cota de tela, são argumentos ainda válidos para muitos agentes da produção nacional.

Além disso, há o equívoco de que o problema da produção foi solucionado através das leis do audiovisual, pois existem problemas sistêmicos e estruturais adicionais reclamados por agentes da produção: as empresas, por meio do incentivo de isenção fiscal, tendem a apoiar projetos de produção com temáticas e narrativas mais conservadoras, evitando abordagens e linguagens mais controversas e de ruptura. Ainda predomina a orientação de maior aporte financeiro para os grandes produtores do eixo Rio / São Paulo em detrimento das produções regionais. Os agentes da produção nacional insistem no discurso sobre a formação do público nacional (formação de platéia), argumentando que não basta o incentivo à produção, há que se ir além e operar também no pólo da distribuição e exibição. Para esses agentes, o cinema deve ser uma referência cultural e simbólica, uma vez que lida com aspectos importantes da reafirmação de uma identidade cultural brasileira e, em consequência disso, deve ter tratamento diferenciado.

Por sua vez, boa parte dos agentes da produção brasileira reconhece que é necessário melhorar a qualidade dos filmes nacionais e adequar esta produção ao habitus dominante no

subcampo e ao gosto do público espectador, razão final do subcampo do cinema. A prática da produção contemporânea aponta para isso, assim como reforça esse quadro o estudo sobre os ciclos de cinema no Brasil: sempre que os ciclos de produção nacional cotejam o *habitus* narrativo, há um impulso no processo de aproximação com os espectadores, ocorrendo o inverso quando os ciclos tendem a adotar linguagens e narrativas mais inovadoras ou experimentais (e se distanciam do *habitus* narrativo), causando rejeição por parte dos espectadores à estética que se situa fora do padrão hegemônico.

É verdade que o filme hollywoodiano ocupa a maioria esmagadora do mercado porque há muito consolidou essa posição com uma indústria cinematográfica efetiva, eficiente e eficaz. No entanto, o cinema norte-americano de grande produção não oferece enriquecimento apenas para seus produtores e distribuidores, mas igualmente proporciona grande lucratividade para os exibidores brasileiros, uma expressiva parcela dos agentes do subcampo no Brasil, gerando inclusive empregos. Os exibidores ganham mais com os filmes hollywoodianos porque o público espectador se interessa mais por esses filmes. Desta forma, o que fazer sem intervir tão fortemente no mercado, a ponto de exigir que empresas privadas obrigatoriamente optem pelo produto nacional? Ou, por outro lado, devem os cineastas se submeter à livre concorrência e produzir um cinema que efetivamente agrade às grandes plateias?

Apesar de certa mudança na percepção geral em relação à produção nacional recente, determinado por um discreto aumento na adesão ao cinema brasileiro nos últimos dez anos, pode-se afirmar com segurança que permanece no imaginário de parte dos espectadores certos preconceitos e incompreensões, reproduzidos tradicionalmente pelo senso comum a respeito do cinema nacional: má qualidade técnica, argumentos sofríveis, roteiros deficientes etc. Não é também possível afirmar que esteja se operando uma mudança de *habitus* no sentido de maior adesão em relação ao cinema nacional porque, salvo a produção comercial da Globo Filmes, a distribuição e a conseqüente exibição do restante da produção ainda é muito limitada. Além disso, percebe-se que mesmo a adesão às produções Globo Filmes se opera na chave da adesão ao *habitus* narrativo, a exemplo de outros ciclos do cinema nacional bem sucedidos comercialmente.

Mas, os resultados quantitativos ainda são tímidos – nenhum filme nacional contemporâneo chegou perto da marca de 12 milhões de espectadores de *Dona Flor e seus dois maridos*, alcançada no final da década de 1970, ou mesmo pelos ciclos de mercado dos anos 1950 e 1970, ou ainda mais recentemente por produções estreladas por Xuxa Meneghel e Os Trapalhões, entre os anos 1970 e 1980.

Os espectadores, que responderam às várias pesquisas cujos resultados são apresentados nesta tese, encontram ainda barreiras para chegar ao filme nacional, sejam elas de natureza objetiva (o sistema com sua estrutura de distribuição e exibição) sejam de natureza mais subjetiva (compreensão individual sobre o filme nacional). Pode-se afirmar com absoluta segurança que apenas uma minoria do universo de espectadores, de fato, tem o cinema nacional como referência de consumo cultural. Nas entrevistas em profundidade o que emerge é uma simpatia, certa cordialidade e até mesmo boa vontade em relação aos filmes brasileiros, mas não há uma adesão, do tipo de identificação que permita aos espectadores posicionarem o cinema produzido no Brasil como forte referência cultural. Os espectadores observam o cinema essencialmente como lazer e entretenimento e ainda sentem falta disso no cinema nacional. E, por isso, permanece aderindo a filmes com formulações consagradas secularmente pelo *habitus* narrativo do cinema dos EUA.

Mesmo nos questionários respondidos por espectadores em salas de cinema que privilegiam filmes alternativos, as referências ao cinema brasileiro são pontuais e fragmentadas. Esses espectadores (a maioria formada por pessoas com menos de 40 anos) colocam o cinema nacional num patamar de inferioridade em relação a filmes norte-americanos e europeus, sobretudo franceses. É importante ressaltar que o Cinema da Fundação é identificado como espaço de exibição de filmes cujos espectadores possuem maior capital cultural, posto que é frequentado por jovens universitários, profissionais liberais, professores universitários, enfim, agentes que lá estão para assistir a filmes de um outro padrão que não o exibido pelos cinemas de salas múltiplas do *shopping center*.

Então não se cogita uma mudança de habitus de recepção em relação aos filmes brasileiros. O que há é uma acomodação da produção contemporânea ao sistema de disposições narrativas do subcampo, e isso o espectador aprecia. A mesma acomodação que implicou na existência de ciclos cinematográficos, como a chanchada e a pornochanchada, que pugnavam pelo filme de gênero (sobretudo a comédia), a despretensão intelectual, a paródia e o apelo popular.

No sentido oposto, sempre que os agentes de produção intelectualizam e inserem nos filmes a sua visão sobre o mundo e, sobretudo, sobre as classes populares (vide o cinema novo) há uma rejeição dos espectadores porque esses agentes criadores do subcampo se utilizam de uma linguagem e um estilo elitista, muitas vezes incompreensível (ou insuportável) para a maioria dos espectadores. Praticamente, com exceção de parte dos entrevistados no Cinema da Fundação, quase todos os entrevistados (das entrevistas em profundidade) se posicionaram negativamente, em maior ou menor escala, em relação ao filme *Lavoura arcaica*: uma narrativa de linguagem autoral, descompromissada e desatrelada das imposições mercadológicas do subcampo do cinema, enquanto esses mesmos entrevistados demonstraram, quase sempre, simpatias por outros filmes como *Central do Brasil*, *Cidade de Deus* e *Tropa de elite*, que em maior ou menor escala ou com mais ou menos interesse mercadológico estabeleceram narrativas mais afinadas com o habitus da recepção.

Em outras palavras, o cinema comercial não parece ser o espaço ideal para que uma categoria de produtores e criadores, oriundos de uma classe média intelectual, faça valer sua visão de mundo sobre a sociedade (no caso do Brasil, uma sociedade desigual) porque a representação que é realizada sobre tais classes populares é uma visão que nasce de fora delas, ou seja, do campo artístico, cujas disposições são opostas às do campo da indústria cultural e do subcampo do cinema, uma vez que, no Brasil, há um descompasso entre elite intelectual e povo. Por isso, o grande choque no habitus de recepção provocado pelo cinema novo.

Se assim fosse possível, haveria uma real mudança de habitus - na produção, distribuição, exibição e consumo - quando um filme como *Lavoura arcaica*, de alto padrão técnico, sofisticada linguagem e narrativa, com características profundamente autorais (o diretor é

simultaneamente roteirista, produtor e montador do seu filme), pudesse ser acessível a um maior número de espectadores, obtendo visibilidade, sendo compreendido e até mesmo apreciado por públicos maiores – de classes médias, inclusive – como é o caso de *Central do Brasil*, *Cidade de Deus* e *Tropa de elite*, filmes bem mais palatáveis. Não é o que ocorre com *Lavoura arcaica* e outros filmes cuja produção é bem minoritária no subcampo do cinema e são reconhecidos pelo senso comum como filmes “de arte”.

No entanto, a adesão ao habitus narrativo não sinaliza um apaziguamento das lutas simbólicas internas ao subcampo. Pelo contrário, apenas alguns desses embates são reduzidos ou amenizados enquanto outros são acirrados porque, na acomodação de forças no interior do subcampo, há sempre grupos de agentes descontentes com os rumos – inclusive “artísticos” - que o cinema brasileiro busca. Por vezes, são os criadores (produtores e diretores) que criticam o papel dos agentes do Estado quanto ao sistema de produção, distribuição e exibição das produções brasileiras; outras vezes, são os espectadores que reclamam da má qualidade técnica e estética do filme nacional. Finalmente há aqueles criadores de regiões periféricas econômica e politicamente que rejeitam os mecanismos de incentivo à produção em cinema que indiretamente favorecem as regiões mais desenvolvidas. Assim, constroem-se discursos – doxas – que entram em confronto e luta.

Neste ponto, retorna-se à questão da formação de plateia: os espectadores devem ver apenas o que querem ou é preciso dar-lhes oportunidade de assistir a outros modelos de cinema para além da narrativa hollywoodiana? Seria a formação de plateia uma possibilidade de mudança ou renovação do habitus do campo tanto no pólo das estruturas de produção / distribuição / exibição quanto na recepção? Os poderes públicos, sobretudo na área da gestão cultural, têm tal responsabilidade? A análise da pesquisa realizada com os espectadores frequentadores do Cinema da Fundação indica que sim. Trata-se de um contraponto à hegemonia de uma narrativa hollywoodiana no interior do subcampo do cinema, sendo os espaços alternativos (públicos ou privados) a opção de diversidade não encontrada nos complexos de exibição de salas múltiplas.

No contexto de um sistema alternativo, a análise do espaço do Cinema da Fundação, a partir da percepção de seus espectadores, oferece algumas conclusões: o público do Cinema da Fundação tem acesso, de um modo geral, à crítica de cinema mais reflexiva, quer seja impressa ou eletrônica, não se mantendo informado exclusivamente pela publicidade e o marketing que acompanha a divulgação dos filmes exibidos nos multiplexes das grandes cadeias de exibição. Há indicadores de que o Cinema da Fundação demarca um espaço de interação social no sentido de que o espectador identifica o local de exibição de filmes também como possibilidade de encontrar amigos e conhecidos que compartilham de gostos assemelhados e de informações sobre cinema. No entanto, o espectador do Cinema da Fundação transita entre os cinemas alternativos e os cinemas multiplexes, o que configura o espaço como território híbrido, que contempla variados perfis do consumidor de cinema, mas, sobretudo, um espectador interessado em algo mais além do cinema comercial.

É válido admitir que a espetatorialidade do modelo dominante de cinema narrativo (visto nos multiplexes) também opera lógicas de distinção social no sentido inverso: pelo aspecto mais conservador, uma vez que esse cinema pode ser compreendido como um modelo de reprodução dos modos de produção, distribuição e exibição do subcampo. Neste sentido, a proposta do Cinema da Fundação se apresenta, por seu caráter de formação de plateia, como espaço de distinção pelo capital cultural de seus espectadores, mas também como espaço possível de mudança em relação à realidade social do subcampo do cinema no Brasil, ao possibilitar ao espectador a opção do diferente, inclusive do cinema brasileiro independente diverso da produção narrativa da Globo Filmes.

Busca-se no subcampo do cinema no Brasil uma maior aproximação entre os filmes nacionais e os espectadores brasileiros. Está provado que realizar filmes narrativos em molde tradicional é, de fato, aspecto importante no sentido do diálogo com o público. Mas, também está provado que são necessárias políticas públicas na área cinematográfica orientadas para a inclusão de parcelas consideráveis da população brasileira que se encontra excluída da categoria de espectadores de cinema.

O Brasil não é apenas um país de poucos espectadores para o cinema nacional; é também um país de pouco espectadores para o cinema. Faz-se necessário o incentivo legal à abertura de novas salas que contemplem a produção nacional e estrangeira alternativa, uma vez que a Globo Filmes vem progressivamente ocupando maiores espaços nas cadeias de exibição tradicionais. Não se pode vislumbrar uma atividade cinematográfica de ciclos, restritos a determinados modelos de cinema de filmes de gênero. É necessário ampliar esse horizonte de “cinema nacional” porque a descontinuidade de produção / distribuição / exibição e, sobretudo, a falta de diversidade estética como oferta de consumo cultural não formarão o hábito (com “o”) de espectador de cinema.

Mas, os espectadores de cinema são agentes caprichosos, dotados de peculiaridades individuais que desmentem a tese - sempre insistente - de que simples formulações mercadológicas ou ampla publicidade, apenas, são capazes de seduzi-los. Não são. O que se observa, concretamente, é apenas um princípio norteador do gosto dos espectadores – o *habitus* narrativo – que de tão geral, jamais oferecerá uma fórmula pronta e acabada. Se assim fosse, grandes cineastas de mercado jamais fracassariam nas bilheterias. A adesão dos públicos não resulta de fórmulas matemáticas; é somente uma disposição geral, uma lógica orientadora capaz de chegar perto de saber o que o público deseja, mas sem nunca ter a certeza absoluta sobre isso.

Filmes bem produzidos podem ser desprezados pelo público. Filmes mais simples podem ter a sua adesão. Quase sempre, os espectadores de cinema são conservadores na recepção das formas, e ligeiramente mais abertos e acessíveis aos conteúdos. Muito raramente tal estado de coisas se modifica porque o público deseja acessar mensagens audiovisuais de simples decodificação – daí o *habitus* narrativo ser tão bem-sucedido no subcampo do cinema. Corriqueiramente, os espectadores apenas desejam se divertir ao assistir a um filme. Então, essa previsibilidade por vezes instável se transforma em um dilema que aflige a boa parte dos agentes criativos do subcampo: ter ou não ter muitos espectadores; ser ou não ser compreendido. Não há resposta fácil.

O discurso contemporâneo que sustenta a posituação do cinema nacional no mercado interno se situa nesse sentido, ao reconhecer que os exibidores são peça fundamental, mas não os exibidores que já estão estabelecidos em formato de grandes cadeias. Depois do desmonte do apoio estatal ao setor do cinema, ocorrido no início dos anos 1990, no governo Fernando Collor, a malha exibidora sofreu drástica redução, o que contribuiu para perpetuar a dependência do cinema brasileiro ao Estado nacional. Calcula-se que o Brasil, com a sua atual população e mercado interno, deveria ter quatro vezes o número de salas que possui atualmente, ou seja, em torno de oito mil ao invés de dois mil cinemas, para dar conta da demanda da produção internacional e nacional e permitir que esta segunda reencontre o público nacional que, outrora, já havia conquistado, nos anos 1970.

Mas, enquanto no Brasil, discute-se ainda sobre a luta tradicional entre cinema norte-americano e cinema nacional, entre cinema comercial versus estética alternativa, um grande número de questões já se encontra nos debates: o futuro do subcampo do cinema como expressão de comunicação midiática e, cada vez mais, com fortes características transnacionais – nos modos da produção, distribuição e exibição. Em virtude disso, nesta tese não se cogita propriamente a existência de um subcampo do cinema brasileiro, mas sim do subcampo do cinema no Brasil. Há diferenças consideráveis entre as duas expressões, uma vez que a segunda pressupõe autonomia relativa em relação ao caráter transnacional e à intervenção estatal, enquanto a primeira expressão poderia sugerir falsamente uma autonomia econômica (e talvez simbólica, se pensada do ponto de vista dos espectadores) que a atividade cinematográfica não possui no Brasil.

Portanto, o cinema como subcampo transnacional está sujeito a muitas vinculações exteriores ao seu espaço, embora conserve características próprias. Supõe-se que, em relação à tecnologia de produção e ao sistema de distribuição / exibição de filmes, haja a “ameaça” (ou a contribuição, a depender do ponto de vista) do progressivo crescimento da banda larga da rede mundial de computadores. Este novo quadro diminuirá a distância entre os filmes e o público, havendo cada vez mais frequência e seletividade na produção e no consumo de filmes. Curiosamente, o processo de produção de imagens cinematográficas permaneceu o mesmo, do surgimento do subcampo, nos anos 1910 / 1920 até a última

década do século XX, com o advento da tecnologia digital. Em poucos anos, as transformações estão se acelerando cada vez mais.

Os especialistas e analistas do subcampo do cinema acreditam que o desenvolvimento tecnológico e a globalização cultural estão (e estarão) sempre trazendo significativas mudanças no sistema de produção, distribuição e consumo da cultura audiovisual por seu caráter mais “acessível” (porque menos oneroso do que a bilheteria do cinema). Trata-se de uma realidade do subcampo do cinema, sobretudo nos EUA, que traz repercussões nacionais, ainda que no Brasil a principal fonte de financiamento seja a produção por meio da isenção fiscal das empresas. Sob o ponto de vista econômico, as crises econômicas globais tendem a reduzir investimentos em produção, fazendo com que progressivamente se aposte mais em filmes de entretenimento fácil, franquias cinematográficas (filmes com continuações) e fórmulas consagradas. Por outro lado, ouve-se falar de parcerias de produtores indianos (Bollywood) com grandes nomes do cinema hollywoodiano, como Steven Spielberg.

A tecnologia aplicada ao cinema de animação faz com que filmes sem atores sejam destacados como nunca, recebendo adesão de grandes parcelas do público espectador interessado em novidades no cinema, intensificando a ideia de um mercado cada vez mais ocupado pelo cinema norte-americano, além de reduzir o impacto do cinema de ficção com atores reais. Este cada vez mais está restrito a segmentos minoritários do público espectador, formados por adultos das grandes cidades.

Nos EUA, novos recursos tecnológicos já possibilitam que produtores independentes e distribuidores de filmes estrangeiros (não falados em inglês), que não encontram espaço para a exibição de filmes nos circuitos tradicionais, disponibilizem seus filmes na *web* por valores inferiores aos cobrados nas bilheterias dos cinemas, cada vez mais caros por conta do alto custo de manutenção das salas multiplexes. De qualquer forma, esses agentes terão que continuar a investir em divulgação e marketing para que os seus filmes se tornem visíveis, interessem os espectadores e posam ser encontrados na imensidão que se tornou a Internet.

Transformações tecnológicas e econômicas que incidem (e incidirão) sobre os aspectos estruturais do subcampo poderão promover mudanças radicais no *habitus* de produção / distribuição / exibição e no consumo de filmes. Mas, o filme é o princípio de tudo, não importando como seja produzido, distribuído, exibido ou consumido. Então, a pergunta que se faz é: tais mudanças serão capazes de modificar o formato, a narrativa, a linguagem do filme de longa-metragem, produto simbólico carregado de mensagens e passível de percepções variadas e distintas? As novas tecnologias colocarão um fim na experiência e na prática de assistir a um filme em uma sala de exibição pública, compartilhadas por agentes com um objetivo comum por um período de duas horas? Enfim, sempre existirão cinemas como espaços físicos? Os filmes serão eletrônicos e exibidos por satélite? Estes são os questionamentos mais insistentes em relação ao grau e à intensidade dessas mudanças.

Portanto, há uma série de perguntas em aberto com relação ao futuro do cinema, mas os puristas, que defendem a espetatorialidade cinematográfica como sendo uma prática social publicamente compartilhada de características singulares, sustentam que a “magia” do cinema somente acontece nessas circunstâncias, que são profundamente distintas da assistência por TV, DVD, Internet, celular ou qualquer outro suporte tecnológico que seja criado. Espera-se, com isso, que o cinema permaneça sobrevivendo e se reinventando mesmo “com” ou “apesar de” seu sistema econômico-financeiro e o aparato tecnológico.

REFERÊNCIAS

- ABEL, R. Os perigos da Pathé ou a americanização dos primórdios do cinema americano. In: CHARNEY, L.; SCHWARTZ, V. (org.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. 1. ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2001. p. 258-312.
- ALBUQUERQUE Jr., D. M. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 2. ed. Recife: Massangana; São Paulo: Cortez, 2001.
- ALEA, T. G. **Dialética do espectador**: seis ensaios do mais laureado cineasta cubano. 1. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1984.
- ALPENDRE, S. Para Lelouch, a *nouvelle vague* ficou datada. **Cineclick**. 12 nov. 2008. Disponível em <http://cinema.cineclick.uol.com.br/noticia/carregar/titulo/amazonas-film-festival-para-lelouch-a-nouvelle-vague-ficou-datada/id/21283>. Acesso em 12 nov. 2008.
- AMORIM, A. Ação e política cultural para formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação. **Cadernos de Estudos Sociais**, Recife, v. 21, n. 1-2, p. 7-22, jan/dez. 2005.
- AMORIM, A. O cinema brasileiro e o espectador: cinco décadas de fases e ciclos. **Humanitas**, Belém, v. 21, n. 1-2, p. 33-46, 2005.
- AMORIM, A. Cinema brasileiro, identidade e indústria audiovisual no mercado globalizado. **Mercatus**, Recife, n. 2, 2005.
- AMORIM, A. Valoração cultural e distinção social nas práticas do espectador de cinema. In: **XIII CONGRESSO BRASILEIRO DE SOCIOLOGIA**, 2007, Recife. Anais: Caderno de Resumos. Recife - PE : Escola Dom Bosco de Artes e Ofícios, 2007. p. 56-56. Campinas - SP : Sociedade Brasileira de Sociologia, 2007.
- AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA (ANCINE). **Dados quantitativos sobre bilheterias do cinema brasileiro entre 1970 e 2006**. Ministério da Cultura / ANCINE, 2007.
- ANDRADE, A. L. **O filme dentro do filme**: a metalinguagem no cinema. 1. ed. Belo Horizonte: UFMG, 1999.
- ANDREW, J. D. **As principais teorias do cinema**: uma introdução. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- ARANTES, S. “Tropa faz apologia do estado policial”. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 5 out. 2007; Ilustrada, p. 5-6.
- AUGUSTO, M. F. **A montagem cinematográfica e a lógica das imagens**. 1. ed. São Paulo: Annablume; Belo Horizonte: FUMEC, 2004.

AUMONT, J.; MARIE, M. **Dicionário teórico e crítico de cinema**. 1. ed. Campinas, SP: Papirus, 2003. Tradução Eloisa Araujo Ribeiro.

AUMONT, J. **As teorias dos cineastas**. 1. Ed. Campinas, SP: Papirus, 2004.

AUMONT, J. et al. **A estética do filme**. 2 ed. Campinas-SP: Papirus, 1995.

AVELLAR, J. C.; BERNARDET, J-C.; MONTEIRO, R. **Anos 70: Cinema**. Rio de Janeiro: Europa, 1980.

AVELAR, J. C.; BENTES, I.; MATTOS, C. A. **Entrevista Walter Salles: o documental como socorro nobre da ficção**. **Cinemais**, n. 9, jan./fev. 1998.

AVELAR, J. C. et al. **Luiz Fernando Carvalho sobre o filme *Lavoura arcaica***. 1. ed. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2002.

BALÁZS, B. O homem visível. In: XAVIER, Ismail (Org.). **A experiência do cinema: antologia**. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

BALOGH, A. M. **Conjunções, disjunções e transmutações: da literatura ao cinema e à Tv**. 2. Ed. São Paulo: Annablume, 2005.

BAZIN, A. **O cinema: ensaios**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

BECKER, H. S. **Art worlds**. London, England: University of California Press, Ltd., 1982.

BENTES, I.. Da cosmética à estética da fome. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 8 jul. 2001 ; Caderno B, p. 1-4.

BERGAMO, M. Daniel Filho atira!. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 15 fev. 2009; Ilustrada, p. 2.

BERNARDET, Jean-Claude. **O autor no cinema: a política dos autores: França, Brasil, anos 50 e 60**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BERNARDET, J-C. **Brasil em tempo de cinema: ensaio sobre o cinema brasileiro**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

BONNEWITZ, P. **Primeiras lições sobre a sociologia de P. Bourdieu**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

BOURDIEU, P. **O desencantamento do mundo: estruturas econômicas e estruturas temporais**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1979.

BOURDIEU, P. O espaço dos pontos de vistas. In: BOURDIEU, P (org.) et. al. **A miséria do mundo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

BOURDIEU, P. A ordem das coisas. In: BOURDIEU, P. (org.) et. al. **A miséria do mundo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

BOURDIEU, P. **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. 3. ed. Porto Alegre, RS: Zouk, 2006.

BOURDIEU, P. **Questões de sociologia**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero Limitada, 1983.

BOURDIEU, P. **As regras da arte**: gênese e estrutura do campo literário. Lisboa: Editorial Presença, 1996.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**: seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BOURDIEU, P. Structures, habitus and practices. In: GIDDENS, A. (org.). **The polity reader in social theory**. Cambridge, Inglaterra: Polity Press in association with Blackwell Publishers, 1994.

BOURDIEU, P. **A distinção**: crítica social do julgamento. 1. ed. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

BOURDIEU, P. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato (org.). **A sociologia de Pierre Bourdieu**. São Paulo: Olho d'Água, 2003.

BOURDIEU, P. **Meditações pascalianas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 8. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

BOURDIEU, P. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. 7 ed. Campinas, SP: Papirus, 1996.

BOURDIEU, P. Questions aux vrais maîtres du monde. **L'Humanité** (em 13 out. 1999); (em 13 out. 1999); **Le Monde** (em 14 out. 1999). Disponível em : www.utv.org.br/prapensar/info.htm

CALDAS, R. W.; MONTORO, T. **A evolução do cinema brasileiro no século XX**. 1. ed. Brasília: Casa das Musas, 2006.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 1. ed. Rio de Janeiro: UFRJ Editora, 1995.

CANCLINI, N. G. **Latino-americanos à procura de um lugar neste século**. 1. ed. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CANCLINI, N. G. et al. **Políticas culturais para o desenvolvimento**: uma base de dados para a cultura. 1. ed. Brasília: UNESCO Brasil, 2003.

CARIELLO, R. Wim Wenders diz que Glauber Rocha lhe revelou o Brasil. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 20 ago. 2008; Ilustrada, p. 5.

CARRIÈRE, J-C.; BONITZER, P. **Prática do roteiro cinematográfico**. 2. ed. São Paulo: JSN Editora, 1996.

CATANI, A. M; SOUZA, J. I. M. **A chanchada no cinema brasileiro**. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

CATANI, A. M. A aventura industrial e o cinema paulista: 1930-1955. In: RAMOS, Fernão (org.). **História do cinema brasileiro**. São Paulo: Art, 1987. p. 191-297.

CHARNEY, L.; SCHWARTZ, V. (org.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. 1. ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2001.

COHN, G. (org.). **Comunicação e indústria cultural**. 5. ed. São Paulo: T. A. Queiroz, 1987.

COHN, G. (org.). **Sociologia**: Theodor W. Adorno. São Paulo: Ática, 1986.

COELHO, T. **Dicionário crítico de política cultural**: cultura e imaginário. 1. ed. São Paulo: Iluminuras, 2004.

COSTA, J. F. Um filme contra o Brasil indiferente. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 29 mar. 1998. Caderno Mais, p. 7-8.

COMPARATO, D. **Roteiro**: arte e técnica de escrever para cinema e televisão. 1. ed. Rio de Janeiro: Editorial Nórdica, 1983.

CRARY, J. A visão que se desprende: Manet e o observador atento no fim do século XIX. In: CHARNEY, L.; SCHWARTZ, V. (org.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. 1. ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2001. p. 81-114.

DANTO, A. C. **Após o fim da arte**: a arte contemporânea e os limites da história. São Paulo: Odysseus Editora, 2006. 1. ed.

D'AVILA, R. (org.). **Os cineastas**: conversas com Roberto D'Ávila. 1. ed. Rio de Janeiro: Bom Texto, 2002.

DEBS, S. **O filme do cangaço**: o cinema volta ao Nordeste. **Cinemais**, n. 2, nov./dez. 1996.

DE CERTAU, M. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. 11. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

DELEUZE, G. **Imagem- movimento**: cinema 1. Portugal: Assírio & Alvim, 2004.

DELEUZE, G. **A imagem-tempo**. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 2005.

DELEUZE, G. Entrevista a Pascal Bonitzer e Jean Narboni para o Cahiers du Cinéma, n. 352. **Conversações 1972-1990**. 1. ed. São Paulo: Editora 34, 1992.

DÓRIA, C. A. **Os federais da cultura**. 1. ed. São Paulo: Birutas, 2003.

DUFRESNE, C. A magia da imagem em movimento. **Revista História Viva**. n. 15, jan. 2005.

DVD **Central do Brasil**. (1998). Walter Salles (diretor); Martine de Clermont-Tonnerre, Arthur Cohn (produtores); Marcos Bernstein, João Emmanuel Carneiro, Walter Salles (roteiristas); Walter Carvalho (diretor de fotografia); Felipe Lacerda, Isabelle Rathery (montadores); elenco principal: Fernanda Montenegro (Dora), Vinicius de Oliveira (Josué), Marília Pera (Irene), Soia Lira (Ana), Othon Bastos (Cesar), Otávio Augusto (Pedrão), Stela Freitas (Yolanda), Matheus Nachtergaele (Isaías), Caio Junqueira (Moisés).

DVD **Cidade de Deus**. (2002). Fernando Meirelles (diretor), Kátia Lund (co-diretora); Andréa Barata Ribeiro, Maurício Andrade Ramos (produtores); Bráulio Mantovani (roteirista); Paulo Lins (romance); César Charlone (diretor de fotografia); Daniel Rezende (montador); elenco principal: Alexandre Rodrigues (Buscapé), Leandro Firmino da Hora (Zé Pequeno), Phellipe Haagensen (Bené), Douglas Silva (Dadinho), Jonathan Haagensen (Cabeleira), Matheus Nachtergaele (Sandro Cenoura), Seu Jorge (Mané Galinha), Alice Braga (Angélica), Roberta Rodrigues (Berenice), Darlan Cunha (Filé-com-fritas), Jefechandler Supino (Alicate), Graziela Moretto (Marina), Renato de Souza (Marreco), Gero Camilo (Paraíba).

DVD **Lavoura arcaica**. (2001). Luiz Fernando Carvalho (diretor, produtor, roteirista, montador), Raduan Nassar (romance); Walter Carvalho (diretor de fotografia); elenco principal: Selton Mello (André), Raul Cortes (Pai), Juliana Carneiro da Cunha (Mãe), Leonardo Medeiros (Pedro), Caio Blat (Lula), Simone Spoladore (Ana).

DVD **Tropa de elite**. (2007). José Padilha (diretor); José Padilha, Marcos Prado (produtores); Bráulio Mantovani, José Padilha, Rodrigo Pimentel (roteiristas), André Batista, Rodrigo Pimentel, Luiz Eduardo Soares (romance); Lula Carvalho (diretor de fotografia); Daniel Rezende (montador); elenco principal: Wagner Moura (Capitão Nascimento), Caio Junqueira (Neto), André Ramiro (André Matias), Maria Ribeiro (Rosane), Fernanda Machado (Maria), Fernanda de Freitas (Roberta), Paulo Vilela (Edu), Milhem Cortaz (Capitão Fábio), Marcelo Valle (Capitão Oliveira), Fábio Lago (Baiano), Bruno Delia (Capitão Azevedo), Marcelo Escorel (Coronel Otávio), André Felipe (Rodrigues), Thelmo Fernandes (sargento Alves), Thogun (Cabo Tião).

EDGAR, A.; SEDGWICK, P. (orgs.). **Teoria cultural de A a Z: conceitos-chave para entender o mundo contemporâneo**. São Paulo: Contexto, 2003.

ELIAS, N. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

ELLSWORTH, E. Modos de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, T. T. (org.). **Nunca fomos humanos**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

ENTREVISTAS DE ESPECTADORES: perfil I – F. A. D. P. L. (entrevista em 06 de julho de 2008); perfil II – S. A. P. C. (entrevista em 15 de fevereiro de 2009); perfil III – A. P. B. M. (entrevista em 06 de julho de 2009); perfil IV - V. P. M. (entrevista em 25 de setembro de 2009); perfil V - F. A. G. R. S. (entrevista em 04 de outubro de 2009); perfil VI - M. A. E. (entrevista em 08 de outubro de 2009); perfil VII - H. H. L. D. (entrevista em 11 de outubro de 2009).

EPSTEIN, J. O cinema do diabo: excertos. In: XAVIER, Ismail (Org.). **A experiência do cinema: antologia**. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

EPSTEIN, J. O cinema e as letras modernas. In: XAVIER, Ismail. (Org.). **A experiência do cinema: antologia**. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

FIELD, S. **Manual do roteiro: o desenvolvimento de histórias, a criação e definição de personagens, a estrutura da ação; os fundamentos do texto; da cena de abertura ao roteiro final; as linhas mestras para tornar o texto de cinema e TV acessível a todos**. 3. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

FIGUEIRÔA, A. **Cinema pernambucano: uma história em ciclos**. Recife: Fundação de Cultura Cidade do Recife, 2000.

FIGUEIRÔA, A.; FECHINE, Y. (orgs.). **Guel Arraes: um inventor no audiovisual brasileiro**. 1. ed. Recife: CEPE, 2008.

FRANCASTEL, P. **A imagem, a visão e a imaginação**. Lisboa: Edições 70 LDA, 1983.

FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO (FUNDAJ). **Ação e política cultural para a formação de platéia em audiovisual: a experiência do Cinema da Fundação**. Pesquisa quantitativa. Augusto Amorim (coord.). Recife, 2005.

FURHAMMAR, L.; ISAKSSON, F. **Cinema & Política**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

GALVÃO, M. R.; BERNARDET, J-C. **O nacional e o popular na cultura brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

GASTALDO, E. (org.). **Erving Goffman: o desbravador do cotidiano**. 1. ed. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.

GERBASE, C. **Impactos das tecnologias digitais na narrativa cinematográfica**. 1. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

GERBER, R. **O mito da civilização atlântica**: Glauber Rocha, cinema, política e a estética do inconsciente. Petrópolis, RJ: Vozes, 1982.

GIANNINI, A. “É o cinema comercial que está em crise”, diz Walter Salles. **UOL cinema**. 04 set. 2008. Disponível em <http://cinema.uol.com.br/ultnot/2008/09/04/ult4332u858.jhtm>. Acesso em 4 set. 2009.

GIDDENS, A. Agency, institution, and time-space analysis. In: GIDDENS, A. **The polity reader in social theory**. Cambridge, Inglaterra: Polity Press in association with Blackwell Publishers, 1994.

GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade**. 1. ed. São Paulo: UNESP, 1991.

GIDDENS, A. Elements of theory of structuration. In: GIDDENS, A. **The polity reader in social theory**. Cambridge, Inglaterra: Polity Press in association with Blackwell Publishers, 1994.

GIDDENS, A. Institutional reflexivity and modernity. In: GIDDENS, A. **The polity reader in social theory**. Cambridge, Inglaterra: Polity Press in association with Blackwell Publishers, 1994.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GIDDENS, A; BECK, U.; LASH, S. **Modernização reflexiva**: política, tradição e estética na ordem social moderna. 1. ed. São Paulo: UNESP, 1997.

GOFFMAN, E. **Interaction ritual**: essays on face-to-face behavior. New York: Anchor Books Edition, 1967.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. 13. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.

GOMES, I. M. M. **Efeito e recepção**: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

GOMES, P. E. S. G. **Cinema**: trajetória no subdesenvolvimento. São Paulo, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

GONZAGA, A.; GOMES, P. E. S. **Setenta anos do cinema brasileiro**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1966.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

Grupo de Discussão da Seção Cinema do UOL, no fórum *O que você acha da polêmica criada em torno de Tropa de Elite*, lançado no dia 02 de outubro de 2007,

GUIBÚ, F. “Ninguém vai ver filme como aula”. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 1 maio 2009; Ilustrada, p. 5.

GUNNING, T. O retrato do corpo humano: a fotografia, os detetives e os primórdios do cinema. In: CHARNEY, L.; SCHWARTZ, V. (orgs.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. 1. ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2001. p. 39-80.

HALL, S. Codificação/decodificação. In: **Da diáspora**. Belo Horizonte: Editora da UFMG; Brasília: UNESCO Brasil, 2003. p. 388-404.

HALL, S. Estudos culturais: dois paradigmas. In: **Da diáspora**. Belo Horizonte: Editora da UFMG; Brasília: UNESCO Brasil, 2003. p. 131-159.

HALL, S. Reflexões sobre o modelo codificação/decodificação. In: **Da diáspora**. Belo Horizonte: Editora da UFMG; Brasília: UNESCO Brasil, 2003. p. 353-385.

HALL, S. **Da diáspora**. Belo Horizonte: Editora da UFMG; Brasília: UNESCO Brasil, 2003.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HENNEBELLE, G. **Os cinemas nacionais contra hollywood**. 1. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. O iluminismo como mistificação de massas. In: COSTA LIMA, Luiz. (Org.). **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 1982. 3 ed.

INSTITUTO DATAFOLHA. **Hábitos de consumo no mercado de entretenimento e Projeto Cinema**: dados qualitativos. Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do Município do Rio de Janeiro. São Paulo, 2008.

INTERNET MOVIE DATABASE. Banco de dados. Disponível em: www.us.imdb.com

JAMESON, F. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. 1. Ed. São Paulo: Ática, 2002.

JOHNSON, R.; ESCOSTEGUY, A. C.; SCHULMAN, N. **O que é, afinal, estudos culturais?**. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

JOHNSON, R.; STAM, R. (orgs.). **Brazilian cinema**. Texas, USA: University of Texas Press, 1978.

JORNAL DA FUNDAÇÃO. Informativo da Fundação Joaquim Nabuco. Ano II. Número 3. Janeiro/fevereiro de 2002. Recife-PE.

JUCÁ, J. **Joaquim Nabuco**: uma instituição de pesquisa e cultura na perspectiva do tempo. Recife: FUNDAJ, Editora Massangana, 1991.

JUNQUEIRA, L. Crença e racionalidade na narrativa social da miséria. **Humanitas**, Belém, v. 18, n. 1, p. 6-19, 2002.

KELLNER, D. **A cultura da mídia**. 1. ed. Bauru-SP: EDUSC, 2001.

LAHIRE, B. **A cultura dos indivíduos**. 1. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

LAHIRE, B. **O homem plural**: as molas da acção. Lisboa: Instituto Piaget, 2003.

LAHIRE, B. **Retratos sociológicos**: disposições e variações individuais. Porto Alegre: Artmed Editora, 2004.

LEBEL, J-P. **Cinema e ideologia**. 1. ed. São Paulo: Edições Mandacaru, 1989.

LEITE, S. F. **O cinema manipula a realidade?**. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2003.

LEVY, E. **And the winner is...**: os bastidores do Oscar. 1. ed. São Paulo: Trajetória Cultural, 1990.

MACHADO, A. **Pré-cinemas e pós-cinemas**. 4. ed. Campinas, SP: Papirus, 2007.

MACHADO, A. **Seguei M. Eisenstein**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1982.

MACIEL, L. C. **O poder do clímax**: fundamentos do roteiro de cinema e TV. 1 ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MANNHEIM, K. **Sociologia da cultura**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

MANTOVANI, B.; MEIRELLES, F.; MÜLLER, A. L. **Cidade de Deus**: o roteiro do filme. 1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2003.

MARCONDES, P. Entrevista de Walter Salles. **Revista da Criação**: meio e mensagem, Rio de Janeiro, São Paulo, v. 2, n. 39, jun. 1998.

MATTOS, S. **História da televisão brasileira**: uma visão econômica, social e política. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

MASCARELLO, F. **O dragão da cosmética da fome contra o grande público**: uma análise do elitismo da crítica da cosmética da fome e de suas relações com a Universidade. **Intertexto**. Porto Alegre: UFRGS, v.2, n. 11, p. 1-14, jul./dez. 2004.

MASCARELLO, F. A screen-theory e o espectador cinematográfico: um breve panorama crítico. In: **Estudos de Cinema Socine** III 2001, Porto Alegre: Sulina, 2003.

MASCARELLO, F. O cognitivismo e o espectador cinematográfico: um breve panorama crítico. In: CATANI, A. et al. (orgs.). **Estudos Socine de Cinema: ano V**. São Paulo: Panorama, 2003.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

MARTÍN-BARBERO, J.; REY, G. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2004.

MAYNE, J. **Cinema and spectatorship**. Nova York: Rutledge, 1993.

MEIRELES, S. Depoimento [jan. 2005]. Entrevistador: Augusto Amorim. Recife: FUNDAJ, 2005. 1 fita cassete (60 min.).

MELEIRO, A. (org.). **Cinema no mundo**: indústria, política e mercado – América Latina Volume II. São Paulo: Escrituras Editora, 2007.

MELEIRO, A. (org.). **Cinema no mundo**: indústria, política e mercado – Europa Volume V. São Paulo: Escrituras Editora, 2007.

MENDONÇA, K. Depoimento [mar. 2005]. Entrevistador: Augusto Amorim. Recife: FUNDAJ, 2005. 1 fita cassete (60 min.).

MORIN, E. **O cinema ou o homem imaginário**. Lisboa: Relógio d'água Editores, 1997.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. 3. ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2003.

MULVEY, L. Prazer visual e cinema narrativo. In: XAVIER, I. (org.). **A experiência do cinema**. São Paulo: edições Graal, 2004.

NAPOLITANO, M. **Como usar o cinema na sala de aula**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

NEVES, D. **Cinema novo no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1966.

- ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura**. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- ORTIZ, R. (org.). **A sociologia de Pierre Bourdieu**. São Paulo: Olho D'Água, 2003.
- OUTHWAITE, W. et al. (orgs.). **Dicionário do pensamento social do século XX**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.
- PAIVA, S. C. **História ilustrada dos filmes brasileiros 1929-1998**. 1. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1989.
- PARENTE, A. Cinema brasileiro: Terra Estrangeira. **Cinemais**, n. 4, mar./abr. 1997.
- PELLEGRINI, T. et al. **Literatura, cinema e televisão**. São Paulo: SENAC; Instituto Itaú cultural, 2003.
- PELLIZZARI, L.; VALENTINETTI, C. M. **Alberto Cavalcanti**. 1. ed. São Paulo: Instituto Lina Bo e Pietro Maria Bardi, 1995.
- PEREIRA, G. S. **Plano geral do cinema brasileiro**: história, cultura, economia e legislação. Rio de Janeiro: Editor Borsoi, 1973.
- PINTO, M. **Comunicação e discurso**: introdução à análise de discurso. 2. ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- PORTAL FILME B. **Database Brasil 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007; Database Mundo 2006**. Disponível em www.filmeb.com.br. Acesso por assinatura anual.
- RAMOS, F.; MIRANDA, L. F. **Enciclopédia do cinema brasileiro**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.
- RAMOS, F. P. Os novos rumos do cinema brasileiro: 1955-1970. In: RAMOS, F. P. (org.). **História do cinema brasileiro**. São Paulo: Art, 1987. p. 301-393.
- RAMOS, F. P. (org.). **Teoria contemporânea do cinema I**: pós-estruturalismo e filosofia analítica. São Paulo: Editora SENAC, 2005.
- RAMOS, F. P. (org.). **Teoria contemporânea do cinema II**: documentário e narratividade ficcional. São Paulo: SENAC, 2005.
- RAMOS, J. M. O. O cinema brasileiro contemporâneo. In: RAMOS, F. (org.). **História do cinema brasileiro**. São Paulo: Art, 1987. p. 401-451.
- ROCHA, G. **Revisão crítica do cinema brasileiro**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1963.
- RODRIGUES, C. **O cinema e a produção**: para quem gosta, faz ou quer fazer cinema. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A: FAPERJ, 2005.

ROSENFELD, A. **Cinema: arte & indústria**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

SABADIN, C. **Vocês ainda não ouviram nada**: a barulhenta história do cinema mudo. 1 ed. São Paulo: Lemos Editorial, 1997.

SALEM, H. **Leon Hirzman**: o navegador das estrelas. 1. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

SALEM, H. **Nelson Pereira dos Santos**: o sonho possível do cinema brasileiro. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 1996.

SANTEIRO, S. A noção do social do cinema. In: BERNARDET, J-C.. **Brasil em tempo de cinema**: ensaio sobre o cinema brasileiro. São Paulo, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978. p. 166-170.

SARAIVA, L.; CANNITO, N. **Manual de roteiro**: ou Manuel, o primo pobre dos manuais de cinema e TV. 1. ed. São Paulo: Editora Conrad, 2004.

SARNO, G. **Glauber Rocha e o cinema latino-americano**. Rio de Janeiro: CIEC, 1955.

SCHATZ, T. **O gênio do sistema**: a era dos estúdios em Hollywood. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. Tradução Marcelo Dias Almada.

SCHWARTZ, V. R. O espectador cinematográfico antes do aparato do cinema: o gosto do público pela realidade na Paris fim-de-século. In: CHARNEY, L.; SCHWARTZ, V. (org.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. 1. ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2001. p 411-440.

SHOHAT, E.; STAM, R. **Crítica da imagem eurocêntrica**. 1. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

SINGER, B. Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In: CHARNEY, L.; SCHWARTZ, V. (org.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. 1. ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2001. p. 115-148.

SMITH, M. Espectatorialidade cinematográfica e a instituição da ficção. In: RAMOS, F. P. (org.). **Teoria contemporânea do cinema I**: pós-estruturalismo e filosofia analítica. São Paulo: Editora SENAC, 2005.

SILVA, T. T. (org.). **Nunca fomos humanos**: nos rastros do sujeito. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

SOUZA, J. I. M. **Imagens do passado**: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema. 1. ed. São Paulo: Editora SENAC, 2004.

STAM, R.; SHOHAT, E. Teoria do cinema e espectralidade na era dos “pós”. In: RAMOS, F. P. **Teoria contemporânea do cinema: pós-estruturalismo e filosofia analítica** Volume I, p.141-169.

STRECKER, M. O grande leitor. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 28 jun. 2008; Ilustrada, p.5.

STYCER, M. Iconoclastia: chega de pintar porcelana! **Trópico**: idéias de norte a sul. 30 maio 2007. Disponível em: <http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2872,1.shl>. Acesso em 2 jun. 2007.

SUKMAN, H. Central ultrapassa a barreira do milhão. **O Globo**, Rio de Janeiro, 14 jun. 1998. Segundo Caderno, p. 3.

TEIXEIRA, F. E. **O terceiro olho**. 1. ed. São Paulo: Perspectiva / FAPESP, 2003.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRIGO, L. G. G. **Entretenimento**: uma crítica aberta. São Paulo: Editora do SENAC, 2003.

TURNER, G. **Cinema como prática social**. 1. Ed. São Paulo: Summus, 1997.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE). **Atributos que influenciam na escolha de cinemas e os hábitos de consumo de seus frequentadores**: um estudo de caso no Recife expandido. Pesquisa quantitativa. Walter Moraes e Pierre Lucena (coord.). Recife, 2008.

VALE, A. F. C. **No escurinho do cinema**: cenas de um público implícito. 1. ed. São Paulo: Annablume; Fortaleza: Secretaria de Cultura e Desporto do Ceará, 2000.

VANOYE, F.; GOLIOT-LÉTÉ, A. **Ensaio sobre a análise fílmica**. 3. ed. Campinas: Papirus; São Paulo: Perspectiva, 2002.

VERHAGEM, M. O cartaz na Paris fim-de-século: “Aquela arte volúvel e degenerada”. In: CHARNEY, L.; SCHWARTZ, V. (org.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. 1. ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2001. p. 151-186.

VIEIRA, A. M. T. A literatura e o cinema novo: algumas breves considerações. **Diário Oficial do Estado de Pernambuco**, Recife, mar. 1998. Suplemento Cultural, p. 11-12.

VIEIRA, J. L. A chanchada e o cinema carioca: 1930-1955. In: RAMOS, F. (org.). **História do cinema brasileiro**. São Paulo: Art, 1987. p. 131-187.

WAJNBERG, D. S. Brasil, anos 90: em busca de um cinema popular? **Cinemais**, n. 9, jan./fev. 1998.

WILLIAMS, R. **Cultura**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

WOLTON, D. **O elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. 1. ed. São Paulo: Ática, 1996.

WOLTON, D. **Pensar a comunicação**. 1. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 2004.

XAVIER, I. **O cinema brasileiro moderno**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

XAVIER, I. **O discurso cinematográfico**: a opacidade e a transparência. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

XAVIER, I. (org.). **A experiência do cinema**. Rio de Janeiro: Edições Graal / Embrafilme, 1983.

XAVIER, I. A modernização conservadora e a crise do cinema brasileiro. In: XAVIER, I.; BERNARDET, J-C.; PEREIRA, M. **O desafio do cinema**: a política do estado e a política dos autores. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

YUDICE, G. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. 1. ed. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2004.

ZOLBERG, V. **Para uma sociologia das artes**. 1. ed. São Paulo: Editora do SENAC, 2006.

ANEXO - Subcampo do cinema no mundo

QUADRO 16 Maiores mercados de cinema, em renda (em milhões de US\$)

1. Estados Unidos – US\$ 9.480
2. Japão – US\$ 1.700
3. Reino Unido – US\$ 1.500
4. França – US\$ 1.478
5. Índia – US\$ 1.399
6. Coreia do Sul – US\$ 1.100
7. Alemanha – US\$ 1.000
8. Espanha – US\$ 833,4
9. Itália – US\$ 801,7
10. Canadá – US\$ 716,3

Obs.: O Brasil ocupa a 15º lugar, com US\$ 324,7 milhões.

Fonte: Database Mundo 2006 (Portal FILME B).

QUADRO 17 Ingressos mais caros (em US\$)

1. Dinamarca – US\$ 11,70
2. Suíça – US\$ 11,61
3. Noruega – US\$ 11,40
4. Japão – US\$ 10,60
5. Suécia – US\$ 10,60
6. Islândia – US\$ 9,66
7. Reino Unido – US\$ 9,54
8. Finlândia US\$ 9,43
9. Chipre – US\$ 9,14
10. Taiwan – US\$ 8,44

Obs.: O Brasil ocupa a 42º lugar, com o ingresso ao preço de US\$ 3,54.

Fonte: Database Mundo 2006 (Portal FILME B).

ANEXO - Subcampo do cinema no mundo**QUADRO 18 Maiores mercados de cinema,
em público pagante (em milhões)**

1. Índia – 3.997
2. Estados Unidos – 1.449
3. França – 188,7
4. China – 176,2
5. México – 165,5
6. Japão – 164,3
7. Coreia do Sul – 163,8
8. Reino Unido – 156,6
9. Alemanha – 136,7
10. Espanha – 121,7

Obs.: O Brasil ocupa a 14º lugar, com 90,3 milhões de espectadores.

Fonte: Database Mundo 2006 (Portal FILME B).

**QUADRO 19 Maiores mercados de cinema,
em número de salas de exibição**

1. China – 39.791
2. Estados Unidos – 39.668
3. Índia – 11.183
4. França – 5.362
5. Alemanha – 4.848
6. Espanha – 4.299
7. México – 3.892
8. Itália – 3.890
9. Reino Unido – 3.440
10. Japão – 3.065

Obs.: O Brasil ocupa a 12º lugar, com 2.045 salas de exibição.

Fonte: Database Mundo 2006 (Portal FILME B).

ANEXO - Subcampo do cinema no mundo

QUADRO 20 Melhor relação de número de habitantes por sala

1. Islândia – 6.181 por habitante
2. Noruega – 6.952 por habitante
3. Estados Unidos – 7.591 por habitante
4. Suécia – 7.737 por habitante
5. Malta – 9.176 por habitante
6. Espanha – 9.408 por habitante
7. Austrália – 10.448 por habitante
8. Nova Zelândia – 10.582 por habitante
9. Canadá – 10.900 por habitante
10. França – 11.882 por habitante

Obs.: O Brasil ocupa 59º lugar, com uma relação de 91.978 cinemas por habitante.

Fonte: Database Mundo 2006 (Portal FILME B).

QUADRO 21 Maiores públicos para filmes nacionais locais (em percentual)

1. Irã – 99%
2. Índia - 95%
3. EUA – 92,9%
4. Coreia do Sul – 64,2%
5. China – 55,3%
6. Japão – 53,2%
7. Turquia – 51,7%
8. França – 44,7%
9. Tailândia – 36,2%
10. Hong-Kong 31,5%

Obs.: O Brasil ocupa a 23º lugar, com 11% de ocupação do mercado interno nacional por filmes brasileiros.

Fonte: Database Mundo 2006 (Portal FILME B).