

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

Navegantes da luz: consumo e recepção de cinema em cineclubes.

Francine Nunes da Silva.

Cita:

Francine Nunes da Silva (2009). *Navegantes da luz: consumo e recepção de cinema em cineclubes*. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/249>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Navegantes da luz: consumo e recepção de cinema em cineclubes

Francine Nunes da Silva

Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais

Universidade Federal de Santa Maria

francinenunes@gmail.com

Resumo:

Este texto de apresentação trata do consumo cultural e recepção de filmes em espaços conhecidos como cineclubes. Discute-se que o consumo de cinema nesses locais é capaz instituir uma outra forma de “ver cinema”, bem como de criar redes de sociabilidades ricas simbolicamente segundo a interação de diferentes identidades e estilos de vida. Assim, pode-se considerar o filme como um meio a partir do qual se processam classificações, distinções e interpretações sobre o público consumidor. Por outro lado, esta proposta versa sobre o cineclubismo enquanto uma prática cultural marcada pela identidade do “ser cineclubista” e por táticas e memórias construídas segundo as condições históricas, sociais e culturais da sociedade moderna.

Introdução

Na presente comunicação busca-se analisar uma prática de consumo cultural do e no meio urbano, a saber, o ato de frequentar cineclubes, esses entendidos como espaços de exibição não comercial

de obras audiovisuais nacionais e estrangeiras diversificadas e que surgiram com o desenvolvimento urbano das cidades. Pensado em sua dimensão sociológica, o ato de ir ao cineclube permite que os indivíduos por meio da interação social elaborem sentidos para sua prática e estilo de vida.

Entende-se o consumo de bens culturais, como o teatro, cinema, vídeo, literatura, museus, centros culturais, viagens, segundo a perspectiva de Douglas e Isherwood (2006, p.108) que afirmam que é uma atividade cultural e “boa para pensar”. Analisa-se o consumo sob uma abordagem simbólica que demonstra que o ato de consumir define práticas e relações sociais ao ser usado como classificador de eventos e pessoas. Nesse sentido, compreende-se o consumo de cinema em contextos cineclubísticos como uma experiência que evidencia algumas categorias culturais, modos de ser, semelhanças e diferenças, não apenas em relação aos filmes, mas ao público e ao próprio cineclubista também.

Bourdieu (2007, p.148) quando designa o cinema como uma arte média já consagrada que não exige, em geral, dos espectadores o conhecimento “das regras técnicas e dos princípios estéticos” que acompanham outras obras artísticas, faz a distinção entre o consumo de “cinema” e o consumo “cinema de arte”, para tratar de bens culturais consumidos por uma camada de indivíduos com um maior capital cultural e nível de instrução. Os cineclubes podem ser caracterizados como cinemas de arte, nos quais é possível ter acesso ao um “cinema de autor”, a produções locais, brasileiras e internacionais que não são incluídas na programação de salas comerciais, além de ciclos de filmes temáticos e a clássicos vinculados a escolas, como a do Neo-realismo italiano e a da Nouvelle Vague. Se nas salas de cinema comerciais não se exige do público um conhecimento cinematográfico mais amplo, já no cineclube não basta somente assistir ao filme, mas, saber a que experiência estética ele está vinculado. Douglas e Isherwood (2006, p.123) chamam de “compartilhamento de nomes” o serviço que os bens, como o cinema, prestam, o qual pressupõe que o espectador saiba compartilhar nomes que foram apreendidos e classificados e que conheça a filmografia dos diretores consagrados. Ou seja, o cineclube, ao exibir um cinema “alternativo”, transforma-se em um ambiente onde não apenas se classifica o tipo de filme, mas também se fixam alguns significados em relação ao público. Essa classificação opera junto à noção de *habitus*, entendido em Bourdieu (1983, p.64) como “um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações”.

O estudo do consumo de cinema em cineclubes tem como objetivo analisar, como enfatiza De Certeau (1994, p.39), o que “o consumidor cultural “fabrica” durante essas horas e com essas imagens” e quais identidades e memórias são acionadas. Pressupõe também, não apenas tentar compreender como os processos interativos e significativos se dão no interior desses territórios de consumo e sociabilidade urbana, mas como ocorre a construção ou invenção de um estilo de vida “cineclubista” perpassada por uma valorização e ressignificação de uma memória que se torna extremamente significativa quando articulada a interesses e intenções em torno de uma nova maneira de se relacionar com o produto ‘cinema’ no contexto do sistema mundial moderno.

Consumo cultural e recepção

A pesquisa ainda em andamento procura desenvolver dois motes de análise. Primeiro, problematizar a recepção de cinema e formação de estilos de vida em torno do significado de se consumir filmes no cineclube. Para isso, a realização de trabalho de campo a partir do método etnográfico em dois cineclubes localizados na cidade de Santa Maria - RS torna-se crucial, além de não ignorar, contudo, as atividades em nível regional e nacional. Segundo, registrar a construção da noção de memória do indivíduo cineclubista e as táticas de ação características do movimento cineclubista conforme as trocas e contradições produzidas por processos políticos, econômicos e culturais que redefiniram as lógicas do mercado cinematográfico e do consumo cultural.

De fato, a luz do projetor, ao que Canevacci (1990, p.34) chama de “a potência do fluxo de ar luminoso que passa por sobre a cabeça dos espectadores e que não se esgota na sala ritual” se estende para o estilo de vida e consumo de outros bens culturais mediante ao que Marcus (1991, p.204) nomeia de “turbulências, fragmentos, referências interculturais”. Compreende-se, conforme Geertz (1997), que o cinema-arte não é um reflexo da vida, mas sim uma das categorias pelas quais os homens pensam e elaboram a vida. Ao produzir sentido para o que está sendo narrado, o espectador pode reconstruir as suas próprias memórias e as de seu grupo, ao mesmo tempo em que tem a possibilidade de questionar a legitimidade e o valor de determinadas representações produzidas pelo cinema sobre “o outro”, o “diferente”.

O fato de unir um público bastante diverso revela a coexistência de diferentes estilos de vida, visões de mundo e *ethos*. É, sobretudo, pela interação ou silêncio entre os freqüentadores do cineclube, seja antes, durante ou depois da exibição do filme que podemos compreender as múltiplas

representações e sentidos que a experiência de assistir a um filme suscita. Trata-se de observar o cineclube como um espaço coletivo significativo. Além disso, ao se traçar um perfil dos espectadores que freqüentam o cineclube em termos sociais, econômicos, educacionais, etc., poderemos compreender como os processos interativos se configuram naquele espaço, como as pessoas se comunicam e estabelecem relações, ainda que marcadas pela efemeridade e instabilidade nelas implícitas.

Essa interação se estende também para a relação que o espectador estabelece com o filme, pois, podemos refletir sobre os significados dados pelos indivíduos no momento em que assistem as imagens e como a memória individual se relaciona com uma memória coletiva, mediante o desafio das singularidades. Para Pollak (1989), o filme é o melhor suporte para fazer esses “rearranjos sucessivos da memória coletiva” pois, apesar de seus limites, consegue captar emoções e suscitar questões que permitem uma melhor compreensão sobre acontecimentos em que a memória entra em disputa. Trata-se de perceber como o cinema faz um trabalho de enquadramento da memória mediante a organização do material fornecido pela história. Para Halbwachs (1990, p.51), “a sucessão de lembranças, mesmo daquelas que são mais pessoais, explica-se sempre pelas mudanças que se produzem em nossas relações com os diversos meios coletivos, (...)”, ou seja, o contexto no qual estamos inseridos influencia no que lembramos. Assim, a memória é acionada para contar fatos passados que funcionam como uma atualização da história (ficcional ou verdadeira) narrada em determinado filme.

Táticas cineclubistas e memória

A atividade cineclubista pode ser entendida como uma tática, segundo a noção de De Certeau (1994). Ou seja, o cineclubismo se distingue, por exemplo, de práticas associadas ao sistema de indústria das salas comerciais, por ser uma maneira de exibir e consumir filmes que instaura inventividades próprias. Conforme isso, o “ser cineclubista” estabelece um projeto em que é fundamental a organização de indivíduos em torno de interesses comuns e de renegociação com a realidade, pois, como afirma Velho (1994), os projetos (mesmo que coletivos) estão ligados diretamente à organização social e aos processos de mudança social, por isso, os mais eficazes constituem aqueles que apresentam a capacidade de metamorfose. Assim, o “movimento cineclubista” como o próprio nome diz, representa uma prática relacionada a percursos e

temporalidades diversas. Logo, a dinâmica dos processos simbólicos envolvidos na atividade indica, que a cidade pode ser vista, segundo Rocha e Eckert (2005, p.89), “como objeto que realiza uma obra temporal na medida em que seus territórios e lugares prestam-se ao enraizamento de uma experiência comunitária de constante reordenação de um viver coletivo”.

Cabe salientar que o tema da memória se torna essencial para entender como a prática cineclubista se desenvolveu ao longo dos anos. É através de narrativas dos agentes envolvidos que a memória coletiva interage com as imagens, valores, códigos e formas de classificar do grupo. Pois, como afirma Halbwachs (1990) a memória individual se relaciona com a memória coletiva, na medida em que essa primeira se conserva segundo a relação que o indivíduo tem com o grupo. Em termos gerais, o cineclubismo pode ser visto com um movimento que sempre foi resultado de uma elaboração criativa de um outro sentido do que venha a ser ‘cinema’, ao mesmo tempo em que representa uma integração global e uma diferenciação local mediada pelo resgates de memória.

Na década de 50, no Brasil, a atividade cineclubista era restrita a um grupo de intelectuais interessados em cinema, quadro que foi sendo alterado com as mudanças nos sistemas de produção, disseminação e consumo de bens simbólicos. Já nos anos 70, o cineclubismo esteve relacionado ao debate político. Com efeito, a diminuição de espectadores de salas de cinema e de cineclubes nas décadas de 80 e 90, devido principalmente, ao consumo caseiro de filmes, intensificado pelo sistema da indústria cultural e pelo dismantelamento do movimento cineclubista brasileiro e de entidades relacionadas, provocou um hiato nas atividades. A retomada do movimento, a partir de 2003, representa o momento em que se busca não apenas a utilização de meios audiovisuais digitais, mas a integração dos cineclubes brasileiros e a recuperação de entidades como o Conselho Nacional de Cineclubes. Nesse sentido, vive-se um momento de rearticulação do debate sobre o que o cineclubismo representa hoje e o que pode fazer para promover um acesso mais amplo e democrático aos filmes. Pode-se pensar inclusive, numa articulação em torno da construção de uma *communitas* segundo a lógica do contexto, pois como dito anteriormente, o cineclubismo é resultado de uma história ordenada pelos esquemas de significação que o movimento foi adquirindo ao longo dos anos e relacionada aos sujeitos envolvidos em sua prática. Assim, os sentidos dados ao movimento cineclubista foram tendo seus significados transformados e reinventados, segundo o tempo histórico a que esteve ligado e as dinâmicas políticas e institucionais localmente contextualizadas.

Este artigo não pode apresentar resultados finais, pois, alguns pressupostos teórico-metodológicos serão mais bem desenvolvidos ao longo da pesquisa de campo e bibliográfica. O que se tentou fazer, até então, foi trazer o tema do consumo cultural de filmes no contexto cineclubístico para se pensar a complexidades das formas e conteúdos culturais inscritos na modernidade e na qual os indivíduos podem construir seus próprios sentidos e contraculturas. Destarte, os quesitos espaço, tempo e voz são pontos fundamentais no processo de construção de um trabalho etnográfico que procura desvendar como, tanto o ato de ver um filme quanto a prática cineclubista aparecem como táticas caracterizadas por retomadas, interrupções e memórias em constante reelaboração. Além do mais, longe de ignorar “condições objetivas” tais como os processos de poder e controle, o enfoque aqui estabelecido tem a preocupação em documentar que a formação de uma identidade não depende unicamente de uma nostálgica lembrança, mas surge, criativamente a partir de condições políticas e históricas que podem ser tidas como desestabilizadoras do processo. Enfim, a tarefa é fazer com que o texto torne compreensivo, mediante as palavras, outras formas de ser e estar no mundo, ao mesmo tempo em que serve para “analisar, explicar, divertir, desconcertar, celebrar, edificar, desculpar, estarrecer ou subverter (Geertz, 2002, p.187)” uma experiência cultural.

Referências bibliográficas

- BOURDIEU, Pierre **A Economia das Trocas Simbólicas**. Ed. Perspectiva, São Paulo, 2007.
- _____. O esboço de uma teoria da prática. In Ortiz, Renato (org.). **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.
- CANEVACCI, Máximo. **Antropologia do Cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano, 1. Artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. 1ªed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- GEERTZ, Clifford. **O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa**. Petrópolis: Vozes, 1997.
- _____. **Obras e vidas: o antropólogo como autor**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2002.
- HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.
- MARCUS, George. Identidades passadas, presentes e emergentes: requisitos para etnografias sobre a modernidade no final do século XX ao nível mundial. **Revista de Antropologia**, São Paulo, USP, v34, 1991.
- POLLAK, Michael. Memória, Esquecimento e Silêncio. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 2, n. 3, p. 3-15, 1989.
- ROCHA, Ana Luiza Carvalho da; ECKERT, Cornélia. **O tempo e a cidade**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2005.
- VELHO, Gilberto. **Individualismo e Cultura: notas para uma Antropologia da Sociedade Complexa**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.