



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARAGUAÍNA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE CULTURA E  
TERRITÓRIO – PPGCULT**

**CRISTIANO ALVES BARROS**

**RECEPÇÃO, MEDIAÇÃO E ESPAÇO NO CONSUMO  
CINEMATOGRAFICO EM ARAGUAÍNA – TO**

**ARAGUAÍNA – TO  
2018**

**CRISTIANO ALVES BARROS**

**RECEPÇÃO, MEDIAÇÃO E ESPAÇO NO CONSUMO  
CINEMATOGRAFICO EM ARAGUAÍNA – TO**

Dissertação apresentada para o Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura e Território (PPGCult), nível mestrado acadêmico, da Universidade Federal do Tocantins, vinculado à linha de pesquisa: Paisagens, Narrativas e Linguagens (L2), sob a orientação do Prof. Dr. Plábio Marcos Martins Desidério.

**ARAGUAÍNA – TO  
2018**

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins**

---

B277r Barros, Cristiano Alves.

Recepção, mediação e espaço no consumo cinematográfico em Araguaína-TO. / Cristiano Alves Barros. – Araguaína, TO, 2018.

132 f.

Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Araguaína - Curso de Pós-Graduação (Mestrado) em Estudo de Cultura e Território, 2018.

Orientador: Plábio Marcos Martins Desidério

1. Recepção cinematográfica. 2. Mediações midiáticas. 3. Consumo filmico. 4. Araguaína-TO. I. Título

**CDD 306**

---

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).**



**CRISTIANO ALVES BARROS**

**RECEPÇÃO, MEDIAÇÃO E ESPAÇO NO CONSUMO CINEMATOGRAFICO EM  
ARAGUAÍNA – TO**

Dissertação defendida no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura e Território, da Universidade Federal do Tocantins, para obtenção do título de Mestre.

Aprovada em 30/04/2018, pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof. Dr. Plábio Marcos Martins Desidério  
Orientador e Presidente da banca – UFT/PPGCULT

Prof.ª Dr.ª Kyldes Batista Vicente  
Membro examinador externo – UNITINS

Prof. Dr. Dr. Braz Batista Vas  
Membro examinador interno – UFT/PPGCULT

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho para minha eterna mãezinha Dona Cristina (*In Memoriam*), mulher guerreira que lutou até o último momento de sua vida terrena, mas que deixou o bem mais valioso nesta vida que é o amor. Neste trabalho: em cada palavra, em cada alegria, em cada dor, em cada lágrima, em cada momento de solidão, em cada alívio, você esteve presente minha mãezinha. Essa luta foi nossa e foi meu dever chegar até chegar aqui graças a sua presença em diversas formas, sempre me aconselhando a não desistir. Saiba que tudo isso foi por sua existência: minha primeira ida ao cinema, minha primeira visita a uma videolocadora, o primeiro filme de presente. Rimos e choramos assistindo juntos. A você dedico o mínimo de esforço que posso oferecer e que eu possa trilhar meu caminho desde então. Sinto muito sua falta, principalmente agora. Gostaria muito que estivesse lendo isso também.

Dona Cristina, mãe, mulher, dona de casa e que me ensinou tudo o que sou hoje. Dedico-te esse trabalho com amor. Até breve mãezinha.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente ao cinema, por me proporcionar o sonho de escrever sobre e aprender um pouco mais acerca de um tema que amo tanto e vivencio a cada dia para assim, persistir e resistir por esta arte nas telas. Aos meus mestres de vida e reflexões, minha tríplice cinéfila: Bergman, Jarman e Tarkovski. Meu muito obrigado por tudo.

A Universidade Federal do Tocantins – UFT, mais especialmente ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura e Território – PPGCult, que me concedeu esta grande oportunidade de estudar num Mestrado público e de excelência. Foi aqui, que ampliei minhas perspectivas acerca das problemáticas vivenciadas, na teoria e na prática. Deixo então, meus agradecimentos a todas e todos que possibilitaram essa jornada de mestrando.

Ao meu orientador Dr. Plábio Marcos Martins Desidério, pela tamanha paciência e apoio nessa Dissertação. Uma pessoa que admiro muito intelectualmente e pessoalmente, um admirador do cinema como eu. Pois sem ele esse trabalho não teria tanto gosto e resultado. Os meus agradecimentos ao mentor dessa parceria, e que ela se prolongue por mais tempo.

A todas(os) professoras e professores, que participaram e contribuíram de tal forma para minha singela formação até aqui. Minha gratidão por fazer parte também desse grupo que tem como ato o tão valioso ensinar. Meu muito obrigado a vocês, companheiros de luta.

A minha namorada Juliana, minha companheira preferida de cinefilia, que esteve aqui comigo nos bons e maus momentos da vida recentemente. A ela dedico o que tenho de melhor e o pouco de poesia que há em mim. Com amor, pelo amor.

A meus amigos, que me incentivaram incondicionalmente nesse ideal antigo com o Cinema, que vivenciaram um pouco dessa minha luta e compartilharam grandes momentos nessa jornada louca que é a vida. Por mais filmes e risos entre nós meus caros.

A todas e todos que colaboraram voluntariamente e involuntariamente nesta pesquisa, um trabalho feito a várias mãos e com várias vozes, que evidenciaram a grandeza de ouvir e compartilhar com tais pessoas. Dedico um pouco do meu esforço para quem tornou possível essa vontade de estudar sobre a recepção cinematográfica em Araguaína.

Enfim, a todos que acreditaram na força dessa ideia com o Cinema, que me motivaram a acreditar apesar dos obstáculos.

*Amo muito o cinema. Eu mesmo ainda não sei muita coisa: se, por exemplo, meu trabalho corresponderá exatamente à concepção que tenho, ao sistema de hipóteses com que me defronto atualmente. Além do mais, as tentações são muitas: a tentação dos lugares-comuns, das ideias artísticas dos outros. Em geral, na verdade, é tão fácil rodar uma cena de modo requintado, de efeito, para arrancar aplausos...*

*Mas basta voltar-se nessa direção e você está perdido. Por meio do cinema, é necessário situar os problemas mais complexos do mundo moderno no nível dos grandes problemas que, ao longo dos séculos, foram objetos da literatura, da música e da pintura. É preciso buscar, buscar sempre de novo, o caminho, que veio ao longo do qual deve mover-se a arte do cinema.*

***Andrei Tarkovski, em Esculpir o Tempo.***

## RESUMO

O trabalho se propõe pensar acerca dos espaços cinematográficos instalados em Araguaína – TO, a partir das espacialidades nos locais disponíveis para projeção fílmica e também, a caracterização dos frequentadores nesse processo de espectralidade cinematográfica. Para tanto, utiliza-se do método da pesquisa-participante no intuito de identificar algumas diferenciações estruturais e receptivas no cinema Mobi Cine e no Cineclube UFT em Araguaína. Logo, realizaram-se algumas entrevistas com os participantes após suas sessões fílmicas durante o período de agosto a novembro de 2017, a fim de registrar suas experiências e percepções durante a exibição cinematográfica. A partir dessas falas entrevistadas, embasaram-se para tal pesquisa-participante os estudos teóricos de Bamba (2013), Jacks (2005, 2006), Martín-Barbero (2002, 2009) e entre outros autores que também discutem sobre a recepção cinematográfica em diferentes contextualidades de público e como as mediações midiáticas de consumo direcionam as preferências dos receptores. Procurou, portanto, compreender que o acesso fílmico pode ser diferenciado a partir das vivências que o participante tem com o meio cinematográfico, desde as salas de cinema até as plataformas virtuais que disponibilizam um grande acervo fílmico.

**Palavras-Chave:** Recepção Cinematográfica; Mediações Midiáticas; Consumo Fílmico; Espaços Cinematográficos; Espectralidade Fílmica, Araguaína-TO.



## ABSTRACT

This work is propose to think about the cinematographic spaces installed in Araguaína-TO, from the spatialities in the places available for film projection and also, the characterization of the visitors in this process of cinematic spectorality. The methodology was based on the research participant method which was used to identify some structural and receptive differentiations in the Mobi Cine and the UFT Cineclub cinema in Araguaína. Interviews were done with the participants after their filmic sessions during the period of August to November of 2017, in order to register their experiences and perceptions during the cinematographic exhibition. From these interviews, the thoretical studies of Bamba (2013), Jacks (2005, 2016), Martín-Barbero (2002, 2009) and other authors who also discuss the cinematographic reception in different contexts of the public and how the mediatic mediations of consumption direct the preferences of the receivers. He sought, therefore, to understand that the filmic access can be differentiated from the experiences that the participant has with the cinematographic medium, from cinemas to virtual platforms that provide a great film collection.

**Keywords:** Cinematographic Reception; Mediatic Mediations; Filmic Consumption; Cinematographic Spaces; Filmic spectorality, Araguaína-TO.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 01 –</b>	<b>Hall de entrada.....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 02 –</b>	<b>Painel de filmes em cartaz.....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 03 –</b>	<b>Parte interna do cinema.....</b>	<b>61</b>
<b>Figura 04 –</b>	<b>Quadro cinematógrafo.....</b>	<b>61</b>
<b>Figura 05 –</b>	<b>Quadro “pipoca”.....</b>	<b>62</b>
<b>Figura 06 –</b>	<b>Portão “Carlitos”.....</b>	<b>62</b>
<b>Figura 07 –</b>	<b>Portão “O Gordo e O Magro”.....</b>	<b>63</b>
<b>Figura 08 –</b>	<b>Exibição de filme.....</b>	<b>63</b>
<b>Figura 09 –</b>	<b>Mesa de apresentação.....</b>	<b>63</b>
<b>Figura 10 –</b>	<b>Cartaz de filmes.....</b>	<b>63</b>

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

<b>2D -</b>	Imagem Dimensional
<b>3D -</b>	Imagem Tridimensional
<b>BD -</b>	Blu-ray Disc
<b>CD -</b>	Compact Disc
<b>DVD -</b>	Digital Video Disc
<b>IBGE -</b>	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
<b>TO -</b>	Estado do Tocantins
<b>UFT -</b>	Universidade Federal do Tocantins
<b>VHS -</b>	Video Home System
<b>HQ -</b>	História em Quadrinhos
<b>EN -</b>	Entrevistado
<b>PQ -</b>	Pesquisador

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>1.: PERCURSOS TEÓRICOS E METODOLÓGICOS SOBRE OS ESTUDOS DE RECEPÇÃO.....</b>	<b>20</b>
<b>2.: DELIMITAÇÕES ESPACIAIS E TEMPORAIS DO PROCESSO DE RECEPÇÃO CINEMATOGRAFICA.....</b>	<b>37</b>
<b>3.: RECEPÇÃO, MEDIAÇÕES E CONSUMO NOS ESPAÇOS FÍLMICOS EM ARAGUAÍNA-TO.....</b>	<b>49</b>
<b>3.1.: Detalhamento estrutural do cinema Mobi Cine.....</b>	<b>56</b>
<b>3.2.: Observação-participante em salas de Cinema em Araguaína (TO).....</b>	<b>66</b>
<b>3.3.: Espectadores: sujeitos da recepção.....</b>	<b>68</b>
<b>3.4.: Observação-participante na II Mostra de Cinema da UFT: meio ambiente e cinema. ....</b>	<b>88</b>
<b>3.5 A perspectiva de um ex-videolocador como sujeito da recepção.....</b>	<b>94</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>102</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>105</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>109</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>112</b>

## INTRODUÇÃO

Pensar sobre os estudos de recepção cinematográfica a partir de seu campo de mediações sugere um olhar mais contextualizado acerca da especialidade e da temporalidade do cinema nos dias atuais. Neste caso, levamos em consideração os processos estruturais e socioculturais em que os conteúdos fílmicos são (re)produzidos no olhar do seu respectivo público espectador.

Apesar de ser uma arte centenária – o cinema, suas análises e discussões receptivas são bem recentes no meio comunicacional. Nas últimas décadas, foi possível identificar a grande concentração de autores como Martín-Barbero, Orozco Gómez, Garcia Canclini, Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy, que começaram a se preocupar com essa nova vertente de pesquisa, sob o viés de interação e experiência com os meios midiáticos. Neste caso, delimitamos nosso *locus* de estudo a partir do viés cinematográfico na sua relação com o público espectador em seus respectivos espaços de frequência fílmica.

Nesse sentido que ressaltamos a relevância deste trabalho, de também buscar outras problematizações acerca da recepção cinematográfica, principalmente no que se refere às especialidades do cinema em contextos específicos de consumo fílmico na região norte do Tocantins, mais precisamente na cidade de Araguaína – TO. Visto que, ainda não há estudos nessa localidade que abordem tal temática, o que poderia vir a contribuir de fato para o desenvolvimento da cultura cinéfila e o acesso aos espaços fílmicos na cidade de Araguaína – TO<sup>1</sup>.

Desse modo, nosso enfoque teórico-metodológico partiu da seguinte proposição geral: *“como são contextualizados os espaços de reprodução fílmica na cidade de Araguaína e quais as caracterizações dos frequentadores desses locais de exibição cinematográfica?”*. Assim, especificamos o espaço privado do cinema Mobi Cine em Araguaína e também, as sessões abertas do cineclube UFT no Campus Cimba. Neste caso, ambos os locais exercem a função de difusores fílmicos na cidade, tornando-se assim, opções de lazer e entretenimento para os participantes.

---

<sup>1</sup> Cidade brasileira localizada no norte do Estado do Tocantins e que se encontra próxima das divisas dos estados do Maranhão e Pará. Fica a 350 km da capital Palmas, 1.148 km da antiga capital Goiânia e a 1.252 km da capital federal Brasília. Segundo dados do IBGE em 2016, a população estimada da cidade é de 173.112 habitantes. É um polo regional pujante, que se destaca nos quesitos agropecuário, comercial, educacional, saúde e serviços.

Para tanto, esboçamos um tipo de trabalho que detalhasse o contato com tais espaços cinematográficos, principalmente para compreender como cada lugar de exibição fílmica pode exercer determinadas percepções diferenciadas acerca do objeto-filme. Neste caso, o público produz seus sentidos e ressignificações a partir dessas experiências e expectativas diante da tela fílmica.

Diante disso, utilizamos as leituras de autores como Bamba (2013) e Curi (2013) no intuito de embasar esses primeiros aspectos identificados no processo de recepção e consumo cinematográfico em Araguaína-TO. Logo, explanamos também sobre o *lócus* deste trabalho para os estudos de mediações midiáticas. Até porque, essa relação entre os espaços de exibição e o público espectador é consideravelmente interpelada por outros fatores que também, implicam no contato fílmico.

Neste caso, referenciamos teóricos como Martín-Barbero (2002, 2009), Canclini (2012) e Gomes (2005) que abordaram o conceito de *mediações*<sup>2</sup> nos contextos da América Latina. De fato, esses autores serviram de base para muitos estudos sobre recepção midiática, principalmente da plataforma televisiva que incluiu o produto fílmico nas suas programações.

Desse modo, outros estudos da área de Comunicação Social no Brasil surgiram para contextualizarem também os aspectos receptivos no país. Neste caso, pautamos autoras como Ana Carolina Escosteguy e Nilda Jacks (2006) que trabalham com a mesma perspectiva dos autores latino-americanos. Contudo, com outras abordagens analíticas e metodológicas acerca dessa diversidade e caracterização do público receptor no Brasil.

Partindo dessas leituras, vimos a necessidade de estruturar nossa pesquisa de acordo com tal percurso teórico desenvolvido nos estudos sobre recepção e mediação. Isto é, levando em consideração os apontamentos que cada um dos autores faz no seu dado contexto para tal problematização.

Nesse quesito que, organizamos para este trabalho um afinamento a partir do sentido mais macro desses conceitos de recepção e mediação até chegar ao âmbito estrito do consumo cinematográfico em Araguaína-TO. Para isso, delimitamos em três capítulos essa trajetória de pesquisa que agora se contextualiza também na conjuntura local da cidade mencionada, desde

---

<sup>2</sup> No caso, o conceito de *mediações* abordado pelos autores citados se evidencia mais nos estudos sobre recepção e índices de público voltados aos gêneros telenovela e telejornalismo. Desse modo, tentamos redimensionar tais teorizações para nosso objeto de pesquisa em específico (neste caso, o gênero fílmico em seus processos receptivos e mediativos). Visto que, não há muitos estudos de teóricos latino-americanos e nem mesmo pesquisas recentes no Brasil que enfatizem estritamente as mediações na recepção cinematográfica.

os primeiros estudos sobre recepção e mediação até nossas observações nos espaços fílmicos que são disponibilizados em locais específicos em Araguaína.

Logo para este primeiro capítulo intitulado como “*Percursos teóricos e metodológicos sobre os estudos de recepção*” conceituamos tais discussões sobre o que é a recepção e como isso se manifesta no então sujeito receptor. Desse modo, atrelamos também outros conceitos de áreas convergentes para que suplementasse nossa descrição teórica. Exemplo disso seria a terminologia *encoding-decoding*<sup>3</sup> (codificação/decodificação) dos Estudos Culturais proposto por Stuart Hall (1973) e o conceito de *habitus*<sup>4</sup> discutido por Pierre Bourdieu (1996).

No segundo capítulo proposto como “*Delimitações espaciais e temporais da recepção fílmica*” começamos a esboçar mais especificamente o processo de recepção cinematográfica, como objeto/enfoque de nossos estudos. Neste caso, nós utilizamos de algumas linhas teóricas que enfatizam o material fílmico enquanto linguagem diversificada, de texto, imagem e som.

Logo exemplo disso seriam autores como Benjamim (1996), Ferro (1996) e Bernardet (2000), que dialogam sobre essa tecnicidade e (re)produção feita pelo cinema na sociedade moderna, o que ocasiona em múltiplas leituras/percepções sobre a tela. Contudo, essa leitura do cinema vai muito além dessa sua materialidade fílmica, pois suas decodificações partem inicialmente dos próprios locais em que o filme é exibido, desde uma sala de cinema até um espaço domiciliar.

Dando continuidade ao nosso trabalho, delimitamos no terceiro capítulo “*Recepção, mediação e consumo nos espaços cinematográficos de Araguaína-TO*” alguns detalhes acerca dos ambientes disponíveis para a exibição de filmes na cidade e as frequentações do público araguanense nesses locais cinematográficos. Neste caso, enfatizamos lugares como o cinema Moby Cine, no Neblina Shopping, e o Cineclub UFT, no Campus Cimba, a fim de compreender a dinâmica de recepção e mediações no âmbito local. Levando em consideração, todo aparato estrutural e perceptivo dos participantes durante as sessões fílmicas.

---

<sup>3</sup> O modelo *encoding-decoding* proposto por Stuart Hall foi publicado inicialmente no texto *Encoding and decoding in television discourse*, na década de 70. Neste caso, essa sistematização desenvolvida por Hall serviu de referência para os estudos de recepção que começaram a surgir na década de 80 com as teorias críticas, principalmente as voltadas para os estudos da audiência midiática.

<sup>4</sup>O conceito de *habitus* desenvolvido por Pierre Bourdieu estabelece uma relação com os códigos de interação entre os sujeitos e os meios, a partir de uma caracterização cultural e histórica que se evidencia nos espaços e posições sociais. Nesse sentido que, os estudos sobre recepção abordados neste trabalho fundamentam-se na proposição sobre *habitus* de Bourdieu, levando em consideração o receptor enquanto agente de interação social, que pode ser compreendido por algumas questões de classe, gênero ou raça, por exemplo.

Nesse sentido que, pensamos também para este terceiro capítulo um método de análise capaz de contextualizar tanto as caracterizações espaciais dos locais cinematográficos, quanto dos espectadores participantes nesses locais fílmicos em Araguaína-TO. Logo, optamos pelo uso metodológico e investigativo da **observação-participante** no intuito de observar e detalhar mais a rotina dos cinéfilos durante e após o processo de recepção cinematográfica nos espaços citados (neste caso, o cinema Mobi Cine e o Cineclube UFT).

De início visitamos o espaço-cinema do Mobi Cine no período de Agosto a Novembro de 2017, no propósito de presenciar algumas de suas sessões fílmicas que eram exibidas em cartaz no espaço-cinema citado. De tal forma, começamos também interagir com o público cinéfilo dessas sessões, após a exibição dos filmes. No caso, propondo uma entrevista virtual com os próprios espectadores a partir das suas percepções acerca do filme assistido.

No caso, propomos elaborar algumas perguntas mobilizadoras a fim de sintetizar tais percepções e preferências do público entrevistado. Pensando nisso, levamos em consideração a questão do tempo para que os participantes respondessem essas questões discursivamente, no intuito de problematizar suas falas no trabalho e assim, compreender a recepção fílmica em cada espaço cinematográfico disposto em Araguaína.

Desse modo, levamos em pauta também as dificuldades para realizar tal entrevista no próprio espaço-cinema do Mobi Cine e no espaço universitário do Cineclube UFT, visto que após as sessões fílmicas os participantes não permaneciam mais nesses locais de exibição para uma interação pós-filme. Assim, tentamos entrar em contato com os mesmos participantes entrevistados a partir de algumas plataformas virtuais que facilitassem tanto para os registros das entrevistas, quanto para a comodidade dos respectivos espectadores.

Neste caso, utilizamos mais os recursos das redes sociais para interagir e repassar tais orientações para esses entrevistados. Dependendo do acesso tecnológico de cada participante, optamos pelo uso de aplicativos que mais fossem facilitadores para os espectadores durante a entrevista. Nesse sentido que utilizamos ferramentas virtuais mais usais como os programas *Messenger* e *WhatsApp* para manter um diálogo com os espectadores após as sessões fílmicas.

A partir do no nosso contato virtual, explicamos passo a passo o procedimento dado a nossa entrevista, de como seria feito os registros das conversas e como isso seria aplicado na pesquisa-participante nesses espaços cinematográficos.

Desse modo, propomos que nossa interação virtual fosse conduzida de forma simples até pelo caráter mais pessoal de cada argumento transcrito durante a conversa. Para facilitar o



processo de catalogação dos entrevistados, elucidamos três questões mobilizadoras acerca da recepção dos filmes assistidos tanto no cinema Mobi Cine quanto no Cineclube UFT em Araguaína.

E logo, elencamos essas perguntas para os participantes e estipulamos um prazo para que fossem respondidas pelos espectadores entrevistados. Em alguns casos, essas transcrições foram imediatas haja vista que as questões referenciavam a opiniões e relatos dos próprios espectadores durante e após a exibição fílmica experimentada.

Neste caso, cada questão sintetizava algum aspecto referente à recepção fílmica, desde as preferências por determinados gêneros e temáticas do próprio espectador entrevistado até sua relação com o espaço-cinema, relatando, assim, um pouco das suas experiências com o dito meio cinematográfico.

E como primeira pergunta na entrevista participativa, propomos a seguinte sentença discursiva: “você gostou do filme exibido no cinema? E quais outros tipos de filmes e gêneros você costuma assistir também?”.

No caso, a questão foi mais direcionada aos filmes assistidos no cinema Mobi Cine, até para se compreender as preferências fílmicas dos participantes durante a pesquisa. Nesse quesito que solicitamos aos espectadores entrevistados que explanassem um pouco mais sobre suas impressões acerca do filme assistido, desde a temática até a questão narrativa presente na obra cinematográfica.

Para a segunda pergunta da entrevista, elucidamos o seguinte questionamento: “quais experiências, sensações e interpretações você conseguiu assimilar diante do filme recém-assistido?”. Nessa questão, o enfoque foi mais direcionado para que o entrevistado, enquanto espectador relatasse suas abstrações acerca da exibição fílmica, fazendo até mesmo algumas referências com outros filmes e temáticas que são abordadas na tela.

E para terceira e última pergunta, enfatizamos a seguinte proposição: “que tipo de diferenças você percebe ao assistir um filme nas salas de projeção? Relate um pouco da sua vivência com cinema”. Para este tópico, buscamos evidenciar a partir do contato cinéfilo que estes espectadores têm o meio cinematográfico, até para compreender os aspectos de recepção e frequência nesses espaços fílmicos problematizados.

Para tanto, dividimos alguns subtítulos para o período de entrevistas com cada um dos participantes. Neste caso, a conversação virtual com tais participantes foi conduzida a partir

dessas perguntas norteadoras mencionadas anteriormente, que enfatizavam essas preferências e experiências do público cinéfilo com o dito espaço-cinema.

No total, foram cinco entrevistados no período de pesquisa-participante no Mobi Cine em sessões variadas nos meses de Agosto a Novembro de 2017. Dentre as atrações em cartaz, foram escolhidas as seguintes exhibições fílmicas: *Homem-Aranha – De Volta ao Lar*, *Mulher Maravilha*, *IT – A Coisa, Mãe!* e *Blade Runner 2049*.

Após as entrevistas coletadas, pudemos relacionar o material descrito com os estudos teóricos sobre recepção e mediação cinematográfica, contextualizados aqui aos espaços locais como no caso do cinema Mobi Cine em Araguaína. Para nós, seria a forma mais adequada para tentar compreender como esses espectadores araguainenses veem determinados tipos de filmes, a partir da sua localidade para algo tão global como é o Cinema. Nesse quesito, que apresentamos uma variedade de gêneros fílmicos durante nossa pesquisa-participante no Mobi Cine (desde os filmes de Super-heróis até os filmes de Terror e Ficção Científica em cartaz), cada qual com seus respectivos temas e abordagens.

No subcapítulo seguinte, propomos situar também o contexto observado nas atividades cineclubistas da UFT, mais precisamente no evento da II Mostra de Cinema sobre Meio Ambiente no Campus Cimba, ocorrido entre os dias 18 e 23 de Setembro de 2017. Nesta ocasião, pudemos perceber algumas diferenças acerca do que foi presenciado anteriormente no cinema Mobi Cine. Nesse sentido que, utilizamos o mesmo modelo de perguntas discursivas proposto no espaço cinematográfico anterior.

De fato, a perspectiva tanto do Cineclubes quanto da Mostra de Cinema feita na UFT é mais voltada para o público acadêmico da Universidade, visto que após os filmes exibidos são feitas algumas discussões que problematizam o conteúdo fílmico, onde são também realizadas algumas mediações temáticas a partir das falas dos participantes cineclubistas.

E diante disso, durante nossa frequência na II Mostra de Cinema pudemos também interagir com esse público participante após as exhibições fílmicas. Na oportunidade, fizemos a entrevista com dois participantes de uma escola estadual de Miranorte,<sup>5</sup> que prestigiaram tal proposta do evento.

---

<sup>5</sup> **Miranorte** é um município brasileiro localizado na parte central do estado do Tocantins, próximo da capital Palmas (cerca de 125,6 Km de distância). Sua população estimada em 2017 era de 13.426 habitantes, sendo considerada a 15ª maior do estado.

Outro tópico que destacamos no nosso trabalho investigativo foi a entrevista com o participante Chiquinho, ex-proprietário de uma videolocadora em Araguaína. A partir das falas do entrevistado, pudemos evidenciar alguns aspectos históricos acerca do desenvolvimento cinematográfico na cidade.

No caso, Chiquinho fez alguns relatos que conta um pouco sobre os primeiros cinemas de Araguaína e o surgimento do ramo de locação fílmica na cidade. Desde então, o acesso aos filmes passou por algumas modificações que com o tempo declinaram a comercialização de filmes alugados nas videolocadora.

Para tanto, o participante entrevistado busca explicitar algumas dessas motivações para o fim de boa parte das locadoras em Araguaína. Uma delas é a popularização do acesso a outras plataformas virtuais como a Internet, que possibilitou que o mercado clandestino da pirataria se expandisse em tamanha proporção até impactar no consumo e frequência das locadoras.

Por fim, acreditamos que o prosseguimento destas análises descritivas dará novos resultados para nossa pesquisa. E futuramente apresentar um tipo de material acessível para a comunidade local acerca da recepção cinematográfica na cidade.

## 1. PERCURSOS TEÓRICOS E METODOLÓGICOS SOBRE OS ESTUDOS DE RECEPÇÃO

A partir do fim da segunda metade do século XIX, as complexidades teóricas e metodológicas dos estudos de recepção confrontaram outro tipo de abordagem acerca da produção cultural, principalmente na sua forma de dominação e transformação nas práticas sociais.

Até antes, as pesquisas na área de comunicação enfatizavam a manipulação dos veículos de massa e ignoravam a participatividade do receptor no processo de mediação informacional. Neste caso, o deslocamento de análise dos primeiros pesquisadores se dá a partir dos estudos mediativos de Jesús Martín-Barbero, que contribuíram para uma nova abordagem acerca dos estudos de recepção.

Para Martín-Barbero (2002), os efeitos simbólicos dos meios de comunicação não instituem um tipo de relação estritamente dominante com seu respectivo público receptor. Até porque, existe uma intensa negociação entre os receptores e os meios de acesso informacional no qual permitem outras problematizações no campo sociocultural.

De todo modo, o modelo comunicacional estipulado por Martín-Barbero (2009) estabelece algumas proporções em que essa interação possa ser compreendida como um fator complexo e participativo do receptor. De acordo com Dantas (2009):

O modelo comunicacional barberiano estabelece a recepção midiática como um processo de interação, em que entre o emissor e o receptor há um espaço de natureza representativa ou simbólica que é preenchido pela mensagem, a qual é configurada com múltiplas variáveis. Essa complexidade de fatores que envolve a mensagem faz com que a intenção inicial emitida pelo emissor possa não vir ser a mesma captada e recebida pelo receptor. (p. 23).

Essa descentralização do meio emissor se dá pela própria contextualidade do receptor, isto é, pelo repertório de experiências que cada sujeito possui para interpretar tais mensagens. Nesse tocante que os estudos de recepção começam a contextualizar o receptor a partir dos efeitos constitutivos que condicionam o sujeito de forma individual e coletivamente.

De fato, são essas situações relacionais dos estudos de recepção que apontam alguns elementos para descrição e detalhamento das diferentes mediações entre o público receptor e os meios de comunicação. Para tanto, um dos métodos a serem utilizados pelos pesquisadores de recepção é a entrevista com os próprios receptores participantes. Segundo White (1994):

Como exemplo, pode-se citar pesquisas nas quais os entrevistados respondem a questionários fechados sobre o quanto de efeito uma mensagem da mídia produz sobre eles. O resultado desses questionários tem mostrado que alguns dos efeitos esperados pelos pesquisadores sempre aparecem nas respostas. No entanto, quando os entrevistados respondem livremente, ou seja, não seguindo um questionário, dão uma imensa variedade de interpretações que não cabem em modelos teóricos prévios, sejam eles psicológicos ou sociais. (p. 58).

Neste caso, vale ressaltar que os modelos anteriores de análise dos estudos de recepção enfatizavam uma padronização do público receptor, isto é, desconsiderando a criatividade dos sujeitos no processo de decodificação midiática dos meios de comunicação.

Desse modo, os estudos de recepção de autores como o colombiano Martín-Barbero (2002) compreendem sobre essas novas abordagens teóricas e metodológicas acerca do meio comunicacional, visando uma proximidade com as questões mais subjetivas dos espectadores e contextualizando suas experiências mediadas.

Logo, Martín-Barbero (2002) argumenta que “[...] a verdadeira proposta do processo de comunicação e do meio não está nas mensagens, mas nos modos de interação que o próprio meio – como muitos dos aparatos que compramos e que trazem consigo seu manual de uso – transmite ao receptor”. (p. 55).

Para o autor, essas interações entre o público receptor e a (re)produção cultural vem se desenvolvendo a partir de uma perspectiva mais voltada ao consumo midiático. Visto que, nas últimas décadas houve uma modernização dos meios de comunicação e incorporação da cultura massificada nos estudos sobre recepção.

Nesse sentido que a *mídia de massa*<sup>6</sup> atribui um grande valor aos índices de audiência, principalmente como forma de interpretação dos efeitos produzidos no público espectador. É a partir dessa ressignificação do sujeito receptor que os estudos sobre recepção ganham outra dimensão no campo teórico. De acordo com Jacks e Escosteguy (2005):

A análise de recepção compartilha com os estudos culturais a concepção sobre a mensagem dos meios, considerando-a como formas culturais abertas a distintas decodificações, e sobre a audiência, definindo-a como composta por agentes de

---

<sup>6</sup> A ideia de *mídia de massa* apresentada neste trabalho baseia-se nas ideias descritas por Denis McQuail no livro *Teoria da Comunicação de Massa* (2003). Segundo o autor, “o termo é uma abreviatura para descrever meios de comunicação que operam em grande escala, atingindo e envolvendo virtualmente quase todos os membros de uma sociedade em maior ou menor grau” (MCQUAIL, 2003, p. 04). Neste caso, a conceitualização de McQuail refere-se aos meios de comunicação que estabeleceram nos contextos sociais e familiares no decorrer dos anos, como ocorreu com os jornais, o rádio, a televisão e mais recentemente, com a Internet. Vale ressaltar que, esse conceito de *mídia de massa* também se estendeu ao meio cinematográfico, que será nosso objeto de estudo mais profundamente nos próximos capítulos.

produção de sentido. Por outro lado, tanto quanto a perspectiva dos usos e gratificações, a análise de recepção entende os receptores como indivíduos ativos, os quais podem fazer muitas coisas com os meios de comunicação – do simples consumo a um uso social mais relevante. (p. 42).

Diante dessa concomitância e abertura ao diálogo, os estudos de recepção apresentam uma proposta que agrega a diversidade de linhas teóricas e autores que problematizam o olhar do receptor, enquanto sujeito-agente no processo comunicativo das mídias sociais. Visto que, tais abordagens reflexivas não só preconizam os especialistas da área em estudo, mas também o público que se contextualiza nessas práticas de interação com os meios de comunicação.

Para Gomes (2005), “os estudos de recepção marcam, em definitivo, o interesse dos Estudos Culturais pela atividade humana, que aqui se traduz no interesse pela maneira ativa, criativa, com que os espectadores, ouvintes, leitores põem-se diante dos meios de comunicação”. (p. 174). Neste caso, entende-se que a concepção de receptor vai muito além das definições mais tradicionais, que se delimitavam em diferenciar os tipos de público ou até mesmo, uma tentativa de padronização dos modos e efeitos no campo da recepção.

Posteriormente, outros autores se ativeram a essas discussões sobre a recepção pública e problematizaram o papel das mídias de massa no desenvolvimento cultural e ideológico das *mediações*<sup>7</sup>. Visto que, o capital cultural<sup>8</sup> e os processos de socialização interpelam na vida do sujeito receptor e canalizam suas reações esperadas. De acordo com White (1994):

Toda cultura tem um ethos e uma visão de mundo dominante, e isso tende a se expressar, consciente ou inconscientemente, na leitura preferencial codificada pela mídia. A fórmula clássica ensina que as audiências são livres para selecionar, porém em determinadas situações que não são de sua própria escolha. O consumo de conteúdos veiculados pela mídia é determinado mais pela disponibilidade, pela oferta de programação do que pela seleção que as pessoas provavelmente gostariam

---

<sup>7</sup> A definição de *mediações* sugerida por Martín-Barbero surgiu a partir do livro *De los medios a las mediaciones*, publicado inicialmente em 1987. Neste trabalho teórico, Barbero apresenta algumas proposições acerca de como o sujeito receptor decodifica determinadas mensagens transmitidas pelos meios midiáticos. Logo, esse processo de recepção é mediado por algumas práticas rotineiras que estão inseridas dentro de um contexto sociocultural do indivíduo que recebe tal mensagem.

<sup>8</sup> O conceito de *capital cultural* apresentado por Pierre Bourdieu é utilizado para analisar alguns tipos de situação de classe na sociedade, principalmente enquanto recurso de poder entre os indivíduos. Segundo o autor, “o valor relativo das diferentes espécies de capital econômico e cultural ou das várias espécies de capital cultural é continuamente questionada e reavaliada através de lutas para aumentar ou desvalorizar um ou outro tipo de capital.” (BOURDIEU, P. 1987. p.10). Nesse sentido que, contextualizamos a ideia de *capital cultural* também com os objetos midiáticos mencionados neste trabalho. Para tanto, levamos em consideração o acesso e domínio de determinados bens culturais e sua transmissão até chegar os respectivos sujeitos (mais especificamente nesta pesquisa, com a recepção cinematográfica).

de fazer. As audiências tendem a definir suas preferências de acordo com a que está disponível. (p. 64).

Nesse sentido que as leituras de Bourdieu (1996) também se relacionam com os estudos sobre as mídias de massa e o processo de recepção por parte dos espectadores. Segundo autor, o campo cultural é visto como uma arena de luta, isto é, um espaço de disputas ideológicas e (res)significações dos sujeitos receptores.

De fato, a ideia de *ethos*<sup>9</sup> e *habitus*<sup>10</sup> trabalhadas por Pierre Bourdieu (1996) são contextualizadas nos estudos sobre recepção. Neste caso, as mediações entre o público receptor e as mídias de massa podem ser consideradas como um processo de dominação. Porém, que não ocorrem de uma forma unidimensional, mas sim como uma *rede cruzada*<sup>11</sup> entre os sujeitos:

A dominação não é o efeito direto e simples da ação exercida por um conjunto de agentes ('a classe dominante') investidos de poderes de coerção, mas o efeito indireto de um conjunto complexo de ações que se engendram na rede cruzada de limitações que cada um dos dominantes, dominado assim pela estrutura do campo através do qual se exerce a dominação, sofre de parte de todos os outros. (BOURDIEU, 1996, p. 52).

Neste caso, vale ressaltar que essas considerações feitas por Bourdieu se agregam as complexidades dos estudos de recepção. Exemplo disso é que o *habitus* pode ser entendido a partir da diversidade de mensagens e interpretações que são veiculadas aos receptores.

De todo modo, a construção hegemônica nas mídias de massa não restringe o público espectador a um receptáculo homogêneo e passivo diante dos meios de comunicação. Logo, os meios de massa necessitam desse reconhecimento social dos seus receptores, ou seja, uma identificação coletiva e individual do *habitus*.

---

<sup>9</sup> A expressão *ethos* abordada por Pierre Bourdieu tem sua origem da filosofia grega e refere-se ao caráter moral presente num conjunto de hábitos e práticas de determinado grupo social. Desse modo, Bourdieu trabalha sob o viés que o *ethos* manifesta-se nas escolhas e preferências do sujeito. Logo, relacionamos isso também aos nossos estudos sobre recepção, que enfatizam tais caracterizações do gosto dos ditos públicos receptores.

<sup>10</sup> A ideia de *habitus* conceituada por Pierre Bourdieu foi instrumentalizada para este trabalho a partir de dada compreensão sobre as disposições e predisposições dos indivíduos na sua posição na estrutura social. Em outras palavras, esta caracterização dos sujeitos referencia um tipo de ferramenta interpretativa para a análise de tais realidades contextuais vivenciadas nos espaços cinematográfico observados em Araguaína-TO.

<sup>11</sup> A proposição de *redes cruzadas* abordada por Pierre Bourdieu remete-se as complexidades que envolvem o conjunto de ações no campo da dominação simbólica. Para o autor, essa *rede cruzada* de delimitações tanto do dominante quanto do dominado, sofrem com alguns efeitos indiretos (desde uma caracterização espacial até mesmo uma predisposição preferencial de determinados sujeitos).

Embora seja designado a ser dominado num nível cultural e ideológico pelas mídias de massa, o receptor pode contrapor a esse tipo de hegemonia e manter um espaço de resistência que contextualize sua interação com os meios midiáticos.

Em outras palavras, o *ethos* presente na normatização do consumo midiático pode até manipular alguns aspectos da recepção pública. Contudo, outros fatores socioculturais podem também influenciar nessa construção do *habitus midiático*<sup>12</sup> e ressignificar o papel do receptor nos processos mediativos da comunicação.

Neste caso, Bourdieu (1996) atenta-se às condições desse sujeito-receptor a partir de suas práticas socioculturais em determinados grupos. Para o autor, a sociedade é dividida em *campos*<sup>13</sup>, o que cria uma distinção entre os indivíduos participantes e conseqüentemente, uma disputa pelo reconhecimento e legitimação dos mesmos.

Trata-se de uma representação social que torna mais evidente as diferenças e desigualdades hierárquicas de cada grupo. Exemplo disso seria a própria divisão de classe e gênero, que caracteriza a posição de determinado sujeito na estrutura estruturada (a sociedade) e na estrutura estruturante (o *habitus*).

Vale ressaltar que essas relações a partir das condições de classe e gênero conflituam internamente por um espaço participativo no campo social. Neste caso, reivindicando uma apropriação do capital simbólico<sup>14</sup> comum entre os participantes.

Para tanto, interessa-nos aqui a conceitualização dada por Bourdieu sobre as relações sociais e o *habitus*, que historicamente foram construídos e ressignificados a partir também do consumo cultural. Logo, tais relações assimétricas (dominante/ dominado, homem/mulher e

---

<sup>12</sup> Aqui referenciamos o *habitus midiático* como uma proposição dos gostos e preferências por parte do público receptor, acerca das interpelações informativas e midiáticas presentes nos meios de comunicação midiática. Para tanto, delimitamos o enfoque nos estudos sobre recepção no quesito cinematográfico, que é também influenciado por outros formatos de mídia ao ponto de ser incorporado no processo de interação com o sujeito telespectador.

<sup>13</sup> No que se refere à noção de *Campo e Habitus*, Pierre Bourdieu fundamenta suas compreensões sobre disputas de poder e simbologia social também nos livros **A Economia das Trocas Simbólicas**, **O Poder Simbólico** e **As Regras da Arte**. Nesse sentido que, compreendemos a ideia de *campo* trabalhada por Bourdieu como uma espécie de disputa ideológica capaz de legitimar e/ou segregar determinados grupos sociais, a partir do contato e disposição dos sujeitos em determinados locais contextuais.

<sup>14</sup> O conceito de capital simbólico estudado por Pierre Bourdieu refere-se aos bens materiais e sentido de posse dado por determinados grupos e/ou indivíduos no campo social. Desse modo, direcionamos essa ideia de *capital simbólico* proposta por Bourdieu para o lócus de nossos estudos sobre recepção cinematográfica. Neste caso, a fim de identificar os meios de acesso fílmico para os públicos espectadores em Araguaína e de que forma isso se facilita ou dificulta para a frequência e vivência dos participantes.



entre outros) disputam pelo poder autônomo de seus campos (que podem ser de naturezas bem distintas, tais como: o campo religioso, o campo científico, o campo político, etc).

Nesse sentido que, teóricos como Martín-Barbero ao explicar suas análises acerca das mediações comunicativas<sup>15</sup>, embasam-se a partir das leituras de Bourdieu. Principalmente no que tange as noções de bens simbólicos e distinções culturais. Logo, o conceito de *habitus* é uma das chaves para os estudos sobre recepção, no intuito de tentar compreender as assimetrias e negociações entre os espectadores e o conteúdo midiático.

Para Martín-Barbero (2003), esse tipo de mediação do público receptor vai muito além do caráter mercadológico priorizado pelas mídias de massa. Visto que, os índices de audiência não só representam a indústria midiática, mas também a frequência dos espectadores nesses espaços de interação cultural. Desse modo, o autor argumenta que:

As mediações seriam o lugar onde se pode entender a interação entre produção e recepção, de modo que se perceba que o que é veiculado nas mídias não responde apenas a questões comerciais, mas inclui elementos que vêm da cultura e dos usos que os receptores fazem dos meios. As mediações configuram tanto o modo de relacionamento das audiências com os meios como a forma que os meios criam o que veiculam. (MARTÍN-BARBERO, p.140-141).

Vale frisar que os estudos sobre mediação propostos predominante por Martín-Barbero se confrontaram com as visões mais elitistas de outras correntes teóricas acerca da recepção midiática. No entanto, os mecanismos de manipulação e reação do público não são desconsiderados pelo autor. Pelo contrário, Martín-Barbero faz uma crítica a essa interação entre a Indústria Cultural e seu público de consumo.

No caso, Martín-Barbero leva em consideração os novos meios de propagação e (re)produção cultural através das mídias de massa, que vem se diversificando com outras demandas a partir dessa dinâmica do público receptor. De acordo com o autor:

[...] As relações entre as Matrizes Culturais e as Lógicas de Produção se acham mediadas por diferentes regimes de Institucionalidade, enquanto as relações entre as Matrizes Culturais e as Competências de Recepção estão mediadas por diversas formas de Socialidade. Entre as Lógicas de Produção e os Formatos Industriais medeiam as Tecnicidades, e entre os Formatos Industriais e as Competências de Recepção as Ritualidades (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 230).

---

<sup>15</sup> A conceitualização de *mediações midiáticas* referenciada por Martín-Barbero refere-se aos estudos de *habitus* de Bourdieu quando se compreende a (re)produção de mídias na sua influência nas disposições e predisposições dos públicos receptores. Neste caso, a *mediação midiática* proposta por Barbero pod ser considerada como um dos fatores constituintes para a identificação dessas interpretações e preferências por parte do espectador.

Percebe-se que em cada uma dessas relações transitam determinadas intencionalidades e negociações acerca dos processos de comunicação. Até porque seria este um campo de troca simbólica e/ou representativa dos emissores e receptores em questão.

Assim sendo, Martín-Barbero propõe esses conceitos de mediação a partir dos lugares em que a produção cultural e a recepção do consumo se agregam. Partindo das leituras feitas por Wottrich, Silva e Ronsini (2009, p. 04), essas mediações são ordenadas em dois eixos: um diacrônico, tensionando as Matrizes Culturais com os Formatos Industriais; e um sincrônico, que relaciona as Lógicas de Produção com as Competências de Recepção e Consumo.

Neste caso, as mediações de Martín-Barbero contemplam um tipo de análise específica dos meios, ou seja, considerando sua centralidade no campo social. De acordo com o autor, essas quatro dimensões (*Socialidade, Tecnicidade, Institucionalidade e Ritualidade*)<sup>16</sup> alternam e interferem as maneiras como os receptores recebem os conteúdos midiáticos.

Desse modo, Martín-Barbero define que a dimensão da *Socialidade* nas mediações surge a partir dessas relações cotidianas dos sujeitos receptores com a cultura massiva, isto é, na sua constituição identitária a partir dos produtos midiáticos. Já a dimensão da *Tecnicidade* remete-se a construção de novas práticas através das diferentes linguagens presentes no meio, principalmente pela influência tecnológica e mercadológica sobre a produção cultural.

Há também a dimensão da *Institucionalidade*, que está relacionada à (re)produção de discursos hegemônicos que legitimam o poder persuasivo das mídias de massa e suas relações com a recepção pública. Já a *Ritualidade* problematiza as formas como o produto midiático é consumido, ou seja, levando em consideração os diferentes usos sociais dos receptores e suas múltiplas interpretações acerca do conteúdo cultural veiculado as mídias de massa.

Para essas proporções sobre mediação, Martín-Barbero incorpora o conceito de *hegemonia*<sup>17</sup> de Antonio Gramsci a fim de descentralizar as observações sobre recepção técnica e midiaticizada. De fato, a visão se estende as experiências cotidianas e a contextualização do sujeito receptor.

---

<sup>16</sup> Em seu artigo *De los medios a las practicas* (1990), Martín-Barbero se inspirou na teoria geral das práticas sociais de Bourdieu e sugeriu uma transformação em quatro dimensões para a mediação dos receptores.

<sup>17</sup> A ideia de *hegemonia* apresentada por Martín-Barbero a partir das leituras de Gramsci refere-se a uma análise cultural que contextualiza e problematiza as lutas cotidianas dos sujeitos em determinados campos de poder. Em meio a essa complexa estrutura social, o conceito de *hegemonia* se aplica também no processo de negociações ideológicas entre grupos diferentes, de acordo com a necessidade de validar determinadas características em que a cultura se insere.

De acordo com Gramsci (apud. Kellner, 2001), “[...] as sociedades mantêm a estabilidade por meio de uma combinação de força e hegemonia, em que algumas instituições e grupos exercem violentamente o poder para conservar intactas as fronteiras sociais”. (p. 48).

No caso do campo midiático, essa estabilidade hegemônica da recepção pode acarretar em outras predisposições do sujeito espectador. Nesse sentido que, Hall (2003) utiliza o termo *hegemonia* e incorpora nos seus estudos culturais. Para o autor, existe um ideal utópico acerca do poder hegemônico, que acaba desconsiderando a resistência e as complexidades dos receptores.

Segundo Hall, “ser perfeitamente hegemônico é fazer com que cada significado que você quer comunicar seja compreendido pela audiência somente daquela maneira pretendida”. (2003, p. 366). Isto é, contrapondo as mediações que interpelam a recepção do sujeito.

Nesse quesito que o autor elabora um modelo de decodificação dos níveis de audiência e recepção pública nos meios de massa, apresentando três categorias da semiologia articuladas a noção marxista de ideologia (*leituras preferenciais, negociadas e de oposição*)<sup>18</sup>. Neste caso, enfatizando as disputas ideológicas no processo de comunicação e evidenciando a participatividade do receptor midiático na ressignificação dos efeitos e sentidos produzidos.

Com a publicação do texto *Encoding and decoding in television discourse* (1973), Hall sistematiza um tipo de análise que explicita as modalidades de recepção midiática. Visto que, os Estudos Culturais criam uma ruptura com as abordagens tradicionais acerca do receptor na comunicação social.

Portanto, o modelo *encoding-decoding* (codificação/decodificação) proposto por Hall trouxe para as teorias da recepção outras perspectivas no que tange a complexidade do sujeito receptor. Principalmente por caracterizar a mensagem transmitida em diferentes significados, isto é, a partir da própria fragmentação do sujeito moderno.

Desse modo, o autor categoriza três posições hipotéticas em que o receptor interpreta essas mensagens e acaba decodificando os caracteres ideológicos e discursivos presentes no conteúdo midiático, isto é: a posição hegemônica dominante e/ou referencial do emissor; a

---

<sup>18</sup> Na interpretação de Guedes (1996, p. 40, negrito nosso): “**leitura hegemônica dominante**, que interpreta o texto em termos do significado preferido sugerido pela mensagem; **leitura negociada**, onde o significado produzido pela interface entre o intérprete e o codificador da mensagem é sutilmente contestado. Aceitando a estrutura geral sugerida pelo código dominante a pessoa dá um significado contraditório à mensagem; **a leitura de oposição** iria ter uma compreensão contra o argumento do texto e faria poucas concessões para a perspectiva oferecida”.

posição negociada entre seu público espectador e os meios de comunicação em massa; e a posição de oposição manifestada pelo próprio receptor.

De fato, esses posicionamentos discursivos problematizam o contexto dado à recepção e ao consumo midiático nos meios de massa. Nesse sentido que a produção cultural é então compreendida a partir dos significados e subjetividades negociadas com seus receptores. Ou seja, uma prática que produz efeitos e sentidos para o sujeito.

Nesse tocante que Martín-Barbero (2009) faz uma crítica pontual ao consumo alienado e reforçado pela mídia mais conversadora:

O **consumo** não é apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos: lugar de uma luta que não se restringe à posse de objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais. (p. 292).

Neste caso, Martín-Barbero problematiza a supervalorização da mercadoria cultural nos meios de massa. Para o autor, o consumo dos bens culturais pelo público receptor vai muito além do valor mercadológico. Até porque, a (re)produção midiática é ressignificante a esses processos contextuais de interação e interpretação dos espectadores.

Desta forma, a diversidade cultural influencia nas práticas de apropriação e consumo da produção em massa. Principalmente, pela possibilidade de múltiplas leituras sem determinar e/ou homogeneizar os usos da recepção. Neste caso, o produto midiático é consumido, levando em consideração os diferentes usos sociais que os receptores fazem dos meios e como isso ocasiona em novas percepções sobre as mídias. Contudo, Martín-Barbero chama a atenção também para distinção social no consumo midiático. Visto que o campo cultural é propício para essas reflexões sobre a recepção de massa e as mediações do público.

Segundo o autor, este “espaço das práticas cotidianas enquanto lugar de interiorização muda da desigualdade social, desde a relação com o próprio corpo até o uso do tempo, o habitat e a consciência do possível para cada vida”. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 290).

Nesse contexto que as leituras de Bourdieu também subsidiam os trabalhos de Martín-Barbero, principalmente pela ideia de *distinção* e produção de sentidos no consumo de massa. Tanto para Martín-Barbero quanto para Bourdieu, existe uma espécie de ordem social que caracteriza um sentido hierarquizador para o conteúdo midiático. Neste caso, o consumo é visto como uma prática de poder e privilégio, uma relação material e/ou simbólica entre os indivíduos que detêm esse status.

De fato, para alguém ser reconhecido socialmente é necessário aderir certos princípios geradores e unificadores. Isto é, um conjunto de práticas e ideologias que já são legitimadas por um grupo de poder. Para Martín-Barbero, o reconhecimento social do receptor se dá por essas distinções culturais e pelos sentidos produzidos a partir do contato com os meios midiáticos. Até então, os trabalhos em comunicação não tinham esse enfoque multidisciplinar, que explorava uma trama de interpretações e possibilidades metodológicas. A partir de Martín-Barbero, outros estudos surgiram a fim de explanar as discussões sobre recepção e consumo de mídias.

Exemplo disso, Canclini (2004) contextualiza os estudos de recepção na perspectiva e complexidade da América Latina. Neste caso, pensando sobre as transposições teóricas e os efeitos de globalização que sucederam nas últimas décadas. Nesse sentido que o autor argumenta que:

O consumo de qualquer produto, e também o de bens culturais, é o momento final do ciclo econômico, que inclui a produção e a circulação. No campo da cultura falamos de consumo, mas também de apropriação, para nos referirmos ao caráter ativo e a possíveis reapropriações e modificações que o consumidor pode fazer ao receber um programa de televisão, ler um romance, ou relacionar-se com uma mensagem na Internet.

De fato, os estudos sobre comunicação e recepção disseminaram uma leva de autores que problematizaram alguns fenômenos específicos de audiência e consumo midiático, tanto na América Latina quanto em outras localidades. Desse modo, autores como Martín-Barbero e García Canclini puderam divulgar seus trabalhos sob uma perspectiva que atendesse tais demandas de público, pensando sobre sua complexidade e contexto enquanto receptores.

No Brasil, esses estudos comunicacionais também seguiram um viés bem próximo dos Estudos Culturais, principalmente por forte influência de Martín-Barbero e Canclini. De acordo com Lopes (2000):

Os estudos de recepção na América Latina são muito recentes. Sua emergência se dá no início dos anos 80, no bojo de um forte movimento teórico crítico que procurava fazer uma reflexão alternativa sobre a comunicação e a cultura de massas através da perspectiva gramsciana, reflexão alternativa às análises funcionalistas, semióticas e frankfurtianas predominantes até então. (p. 123).

Entretanto, Lopes (2000, p. 123) identifica “[...] nas pesquisas de recepção no Brasil dos inícios dos anos 80 uma espécie de *teorização atrasada* em relação à reflexão avançada que se fazia através das teorias das mediações”. Segundo a autora, existe ainda “uma

inadequação metodológica nas pesquisas empíricas, em face da construção de uma problemática teórica complexa sobre os processos de recepção” (2000, p. 123).

Vale mencionar que, os projetos de pesquisa voltados para as áreas de comunicação e recepção em outros países latino-americanos se desenvolveram a partir desta perspectiva mais multidisciplinar, que integraram os trabalhos de diversos autores na experimentação empírica dos estudos midiáticos.

Até porque, os teóricos latino-americanos viam essa necessidade de outras abordagens metodológicas na problematização dos estudos sobre recepção. Logo, uma forma de superar os esquemas tradicionais e ressignificar as mudanças das últimas décadas. Nesse sentido que Martín-Barbero (2002) ressalta ao conceituar algo sobre a recepção:

Ela não é uma etapa como sugeriu a escola norte-americana, que de algum modo nos impingiu uma espécie de história artificial, durante anos estudada pela sociologia, essencialmente a economia do emissor, e, posteriormente, pela análise semiótica da ideologia da mensagem. (...) Parto do princípio de que a recepção não é somente uma etapa no interior do processo de comunicação, um momento separável, em termos de disciplina, de metodologia, mas uma espécie de outro lugar, o de rever e repensar o processo inteiro de comunicação. (p. 39-40).

Ou seja, os estudos de recepção não conduziram a uma reflexão isolada das demais áreas da comunicação. Pelo contrário, Martín-Barbero descreve um tipo de análise multidisciplinar que abarca o processo comunicacional como um todo, enfatizando suas relações no contexto sociocultural e vívido dos participantes.

Desse modo, a perspectiva teórica e metodológica dos últimos trinta anos desenvolveu uma análise múltipla e aprofundada sobre o receptor e seu contato com a produção midiática. Nesse tocante que, Gómez (1994) também argumenta:

O que é realmente importante é ter em conta que a análise de recepção é um objeto de investigação múltipla, poliforme, muito dinâmica, que requer uma abordagem similar e que a audiência dos meios é um estudo também complexo, contraditório, que para ser explorado requer um desenho metodológico muito afinado e rigoroso. (p.194).

Contudo, vale ponderar que tanto os estudos de Martín-Barbero quanto às proposições de Canclini e Orozco Gómez articulam os conceitos de consumo e recepção a partir da análise sociocultural do público espectador. Apesar da divisão existente entre as perspectivas de cada autor, os termos *recepção* e *consumo* são abordados ocasionalmente como sinônimos a fim de analisar seu conjunto de processos de apropriação dos produtos de massa.

Para tanto, Canclini (2004) chama a atenção para essa lógica do mercado midiático na concepção do público consumidor. Neste caso, se referindo ao caráter ativo e as possíveis reapropriações e modificações da mensagem que o consumidor pode fazer ao decodificar determinado tipo de conteúdo (como por exemplo, ao receber um programa de televisão, ao ler um romance ou relacionar-se com uma mensagem na Internet). Para o autor, o consumo não pode ser compreendido como uma prática individual, irracional e movido apenas pelos desejos e gostos dos receptores.

Já Gómez (2005) enfatizou a recepção do público infantil enquanto consumidor das mídias de massa. Neste caso, o autor utilizou a teoria das mediações barberianas juntamente com a estruturação proposta por Anthony Giddens para problematizar a interação dos meios com a audiência do público.

Segundo o autor, essa interação vai muito além do contato estrito com os veículos de massa. Até porque, as mediações antecedem e prolongam as práticas cotidianas dos receptores de forma múltipla e simultânea. Para Orozco, essas *multimediações*<sup>19</sup> do público ocorrem em diversos meios e em diferentes tipos de referentes midiáticos e tecnológicos.

Desse modo, o autor contextualiza o conceito de *audienciação*<sup>20</sup> para apontar os meios e instituições que se inserem simultaneamente nas práticas e identidades do público receptor. De acordo com Grohmann (2009, p. 08), “[...] quando se fala em interação, ela não se dá somente no plano individual, mas com a situação, com as instituições, com a cultura e com os meios (mediação videotecnológica)”.

De fato, as pesquisas dos autores latinos se voltaram muito aos aspectos de audiência no meio televisivo, principalmente pelo grande público de massa. Entretanto, os estudos sobre recepção explanaram outros veículos de informação e identificam uma heterogeneidade tanto dos emissores quanto dos receptores nesse processo de interação.

---

<sup>19</sup> O termo *multimediações* conceituado por Orozco Gómez referencia a recepção como um processo complexo de múltiplas mediações, que se manifestam por meio das ações e dos discursos nos espaços comunicativos. Para tanto, o autor remete as condições contingenciais e situacionais dos receptores que antecedem até mesmo o seu processo receptivo diante de determinado conteúdo informativo. Neste caso, a dita recepção começa bem antes e termina bem depois dessa interação emissor/receptor, mediada necessariamente de múltiplas maneiras.

<sup>20</sup> O conceito de *audienciação* mencionado por Orozco Gómez remete-se mais as múltiplas identidades formadas quase que, simultaneamente no receptor atual. Para tanto, o autor leva em consideração os variados meios de acesso midiático e tecnológico, a fim de compreender como essas diferentes referenciações constituem o sujeito enquanto ser de pluralidade no seu processo receptivo.

Neste caso, chama nossa atenção essa programação polissêmica do conteúdo midiático e sua relatividade na autonomia e criatividade do seu respectivo público receptor. Visto que, essas práticas de recepção são bem seletivas e intencionadas a partir dos contextos específicos dessa interação comunicativa. Isto é, o receptor não age de forma ingênua e nem passiva diante dessa decodificação da mensagem transmitida. Mesmo que os veículos de comunicação exerçam sua influência, a audiência de público é compreendida a partir de sua prática cotidiana no âmbito sociocultural.

Porém, vale ressaltar que esse tipo de posicionamento acerca do sujeito receptor não se dá também de forma isolada. Até porque, existe essa necessidade de mediação entre o público e os meios de comunicação. Neste caso, começou a ser pensada na América Latina uma metodologia relacional que se aprofundasse em todas essas questões sobre os estudos de recepção, desde as classes populares até o público mais elitista.

No Brasil, os estudos sobre recepção e audiência tiveram um percurso bem parecido com as pesquisas dos autores latinos. Neste caso, vendo a necessidade de teorizar a partir das condições observadas e articulando com as falas dos seus respectivos receptores.

Nesse sentido que os estudos de recepção ganham força no meio acadêmico brasileiro. Principalmente pelo viés político e cultural presente na veiculação midiática e suas mediações no âmbito do público receptor. Logo, alguns autores brasileiros também ponderaram sobre esse campo metodológico dos meios de comunicação e sua implicância na construção social dos receptores. Levando em consideração os efeitos midiáticos e os níveis de audiência presentes nos estudos de recepção.

Nesse sentido que os primeiros trabalhos no país enfatizaram o meio televisivo a partir do seu acesso e influência nas camadas populares. Visto que o público espectador se identifica de modo complexo e multidirecional através das informações transpostas na tela da televisão.

Segundo Jacks e Menezes (2006, p. 166), “sobre o receptor, todos têm como premissa a reinterpretação e reelaboração das mensagens, segundo sua vivência cotidiana e seus valores, sua identidade cultural e características como idade, sexo, escolaridade, religião, etnia, grupo social, etc”. Para as autoras, esse processo de recepção do espectador televisivo não se restringe ao momento de entretenimento visto na tela:

A televisão, especificamente, é vista como uma instituição social e um agente mediador entre a sociedade e o receptor, como reprodutora da realidade, que compete com outras instituições sociais e/ou com o próprio real, fazendo emergir,



desta forma, as contradições que envolvem o papel e as funções deste meio na sociedade contemporânea. (JACK; MENEZES, 2006, p. 167).

Neste caso, essa relação entre os meios emissores e o público receptor confronta novos dilemas sobre os estudos sobre recepção e suas situações empíricas no dia a dia. No Brasil, a televisão foi um marco para essas primeiras reflexões sobre os efeitos da mídia e sua interação com as práticas socioculturais dos espectadores.

Para tanto, as pesquisas brasileiras sobre recepção televisiva pautaram as preferências do público espectador. Isto é, a partir da programação televisionada e o reconhecimento social através da tela para os receptores. Nesse sentido que os primeiros trabalhos na área enfatizaram os aspectos de audiência no telejornal e na telenovela, meios bem populares no contexto domiciliar da televisão e que estimularam os estudos sobre recepção no país.

No entanto, esse tipo de análise sobre o público receptor foi de suma importância para averiguar a veracidade dos meios de informação e seu papel hegemônico na formação crítica do espectador.

De acordo com Tondato (2005), “vivemos em uma cultura individualista que colabora para a manutenção de uma condição de dominação hegemônica, principalmente em relação aos meios de comunicação e em especial da televisão” (p. 151). Para a autora, os programas televisionados diversificam o tipo de abordagem acerca das preferências do público espectador. Neste caso, exteriorizando um discurso que evidencia tanto a diversidade cultural quanto a liberdade de escolha.

Na prática, esse discurso ideológico da televisão não se torna absoluto no contexto do público receptor. Até porque, a dinâmica capitalista e consumista dos meios midiáticos pode confrontar com as expectativas e experiências do espectador.

De fato, isso vem sendo mais problematizado nas pesquisas brasileiras sobre recepção. Principalmente no que tange o cotidiano vivenciado por diferentes públicos. De acordo com Wottrich, Silva e Ronsini (2009):

Especificamente nos estudos de recepção, combinam-se diferentes aportes metodológicos para que se compreenda a apropriação dos conteúdos midiáticos pelos receptores. Entendemos que isso não pode ser realizado desconsiderando as relações de poder existentes nos discursos midiáticos e nas interações sociais em geral. (p. 10).

Neste caso, nota-se que essas discussões sobre recepção no Brasil remetem também a influência de Martín-Barbero (1987), apesar do nome do autor colombiano não ser citado diretamente nas primeiras pesquisas brasileiras.

Contudo, as leituras de Martín-Barbero serviram de embasamento para os estudos midiáticos na América Latina e contextualizaram as situações de recepção em cada localidade analisada. Nesse sentido que a abordagem dada pelos autores brasileiros enfatiza essa perspectiva dos Estudos Culturais presente, também, em outros trabalhos de teóricos latinos.

No caso do Brasil, os estudos sobre recepção direcionaram esse campo de análise para as estratégias comunicacionais dos emissores e o consumo midiático dos receptores. Levando em consideração principalmente as complexidades e as diferenciações do público espectador. Nesse tocante que a autora Márcia Tondato (2005) argumenta que:

Inseridos que estamos em uma sociedade multifacetada, mediada, nosso cotidiano reflete e refrata uma complexidade originária da diversidade de um indivíduo que não mais está restrito aos círculos familiares e comunitários, mas que é parte de um ambiente sociocultural-econômico-político globalizado, que exige sua participação, ou morte, porque também os excluídos são parte funcional desta complexidade, ao servirem de matéria-prima para as estatísticas sociais que alimentam os meios de comunicação. (p. 146).

Segundo a autora, o público espectador vê neste caso a televisão como uma fonte de entretenimento, informação e, até mesmo, atribuição de sentidos aos fatos do cotidiano. Nesse sentido que o meio televisivo exerce, também, um parâmetro de costumes e falas que ressignificam as interpretações de seus receptores. Visto que os efeitos midiáticos explanam o contexto vivenciado pelo espectador a partir desses processos cognitivos.

Para tanto, alguns teóricos problematizam o posicionamento crítico e reflexivo do sujeito receptor diante dessas transposições na tela televisiva. Exemplo disso foram às primeiras pesquisas realizadas entre as décadas de 80 e 90 no Brasil, que mapearam os diferentes tipos de público espectador no país e sua desmistificação no processo de recepção televisionada.

Neste quesito que os estudos sobre recepção refutaram essa participatividade dos receptores no contato com os meios midiáticos, principalmente pela criticidade em que o público é confrontado no seu contexto e repertório informacional.

Em outras palavras, percebe-se que essa relação entre os meios emissores e o público receptor não se restringe a um ato de conformidade e padronização do que seria a recepção do espectador. Mas sim, um campo repleto de suas complexidades e contradições.

Desse modo, a televisão surge no país com um dos meios difusores para essa caracterização do público brasileiro (que vale frisar: não é nada homogêneo). Principalmente por essa tentativa de incorporar suas diferenciações no contexto midiático. Nesse sentido que o espectador se insere na dinâmica da recepção ao ponto de também contrapor ao discurso exercido pelos veículos de comunicação.

De fato, os estudos sobre recepção contextualizam as percepções do público não apenas com o meio midiático. Mas também, com outros fatores que interpelam a condição do receptor enquanto sujeito da sua própria interpretação.

Assim sendo, a plataforma televisiva vem ponderando sua aceitação ou rejeição por parte do público. Neste caso, pautando sua programação antes mesmo de chegar à tela. Nesse sentido que se infere tais discussões teóricas que relacionam a televisão com a constituição cognitiva do receptor. Nas palavras de Orozco Gómez (2005) é:

Assumir o telespectador como sujeito – e não só como objeto – frente à TV supõe, em primeiro lugar, entendê-lo como um ente *em situação* e, portanto, condicionado individual e coletivamente, que “se vai constituindo” como tal de muitas maneiras e se vai também diferenciando como resultado da sua particular interação com a TV e, sobretudo, das diferentes mediações que entram em jogo no processo de recepção. (p. 28).

Logo, a partir dessas leituras de Gómez e outros teóricos na América Latina, os estudos sobre recepção televisiva foram também mais aprofundados e questionados nas pesquisas brasileiras. Conseqüentemente, algumas adaptações metodológicas precisaram ser repensadas a partir desse contexto de acesso e frequência dos meios midiáticos no país.

De todo modo, os estudos sobre recepção no Brasil explanaram outro lócus de atuação acerca do público espectador, não estritamente a transmissão televisiva. Até porque, novos meios de comunicação se popularizam no fim da década de 90 e início dos anos 2000, o que chamou também a atenção de alguns pesquisadores na área da comunicação.

Visto que, a diversidade de lugares para inserção do receptor interage com a perspectiva de um sujeito socialmente ativo acerca da sua percepção na tela. Para Grohmann (2009, p.13), “temos que considerar os diversos espaços sociais, seja o doméstico ou o espaço do trabalho como construídos, para não retificar as categorias: não se faz uma sociologia do museu-de-cera”.

Exemplo disso, a própria televisão possibilitou discernir sobre essa variedade de espaços em que a recepção é contextualizada. Neste caso, a construção feita na tela não só interfere sua relação direta com o público receptor, mas também com o lugar no qual este

sujeito é inserido socialmente. Portanto, entende-se que esses lugares de recepção no Brasil diversificam a partir da experiência do público espectador. Apesar de que o meio televisivo no país restrinja sua interação com receptor. Isto é, delimita o tipo de acesso e frequência das informações veiculadas na tela televisionada.

De acordo com Gómez (2005), “[...] os limites físicos do espaço onde se vê a TV também constituem um tipo de mediação situacional, na medida em que o espaço que a televisão ocupa possibilita certos tipos de interação direta e impede outros”. (p. 33).

Para o autor, a televisão ocupou um espaço importante na rotina do receptor, principalmente nesta relação com a tela. De fato, o contato do espectador passa a ter uma proximidade com outros objetos midiáticos que dispõem também do mesmo aparato que a televisão.

Nesse sentido que começamos a esboçar para o próximo capítulo outro tipo de objeto que contemplasse também a perspectiva dos estudos sobre recepção. Neste caso, vale frisar que todo esse percurso desde as primeiras pesquisas na América Latina até o enfoque sobre a televisão no Brasil foi problematizado a partir desses contextos específicos sobre o público e suas mediações no campo midiático.

Diante disso, nosso enfoque investigativo perpassa pelo meio televisivo a fim de compreender tais formatos de mídia que são transpostos para a tela. Visto que, a televisão também difundiu outros meios de acesso e frequência que fazem parte dessa rotina do espectador. Desse modo, enfatizamos para a continuidade desse trabalho outro meio que vem ganhando seu espaço nas pesquisas sobre público e recepção no Brasil. Logo, essas discussões que orientam os aspectos metodológicos acerca das mediações midiáticas, se aplicam também as variadas condições e percepções do receptor.

Diante das práticas e preferências do público espectador, atentamos sobre o estudo do objeto fílmico em suas diferentes e divergentes proposições contextuais. Até porque, a própria televisão veiculou na sua programação o uso de filmes para interagir com esse tipo de receptor.

Por fim, veremos que esses efeitos de sentido se diferenciam e ressignificam o olhar do espectador a partir do espaço de experimentação do público. Por se tratar de uma linguagem que articula múltiplas significações (escrita, sonora e visual), os filmes reconstruem a vivacidade de assuntos relativos ao contexto do público. Portanto, um percurso que transita entre as vertentes teóricas e aproxima-se das vivências que centram a recepção.

## **2. DELIMITAÇÕES ESPACIAIS E TEMPORAIS NO PROCESSO DE RECEPÇÃO CINEMATOGRAFICA**

A partir das leituras sobre recepção, problematizamos essas diferenciações a partir das interpelações do sujeito receptor. Isto é, o contexto dado ao uso midiático e suas complexidades até chegar o olhar do espectador. De todo modo, para que esses estudos receptivos se efetivem no campo da comunicação, é necessário que se delimite um tipo específico de público (ou sua relação com os demais receptores) a partir dos meios de acesso e frequência que lhe são disponibilizados.

Nesse sentido que, pensamos sobre os estudos sobre recepção na análise do público fílmico a partir das suas caracterizações espaciais e temporais. Visto que, o enfoque inicial das pesquisas brasileiras abordava os aspectos de audiência na plataforma televisiva. Muitas vezes, desconsiderando outras formas midiáticas que estenderam também o olhar sobre a tela.

Exemplo disso seriam as locadoras de filmes, que se popularizaram no Brasil a partir dos anos 80 e se estenderam até o início do século XXI. Não obstante, as videolocadoras (como ficaram conhecidas) só entraram em pauta nas análises mais recentes sobre consumo cinematográfico, principalmente pelas suas transformações materiais e estruturais que se sucederam nas últimas décadas.

Ao longo da história, novas formas de assistir e consumir filmes surgiu com a finalidade de aproximar o público espectador das produções audiovisuais. Logo, o espaço da videolocadora tornou-se uma opção para aqueles que não frequentavam as salas de exibição fílmica (ou até mesmo, para aqueles que frequentavam tanto e preferiam a comodidade do ambiente domiciliar para esse tipo de acesso cinematográfico).

De fato, o auge das videolocadoras possibilitou que o cinema entrasse de vez na programação familiar nos finais de semana. De acordo com os dados de Silva, Lopes e Oliveira (2013):

A história das videolocadoras no Brasil tem início oficialmente em 1981 com a importação dos primeiros videocassetes. Na primeira metade da década de 1980, esta novidade passou de artigo de luxo para um equipamento indispensável nas salas de estar da classe média. Em 1986, houve um aumento significativo de aparelhos nos lares brasileiros com a venda de 200.000 unidades de aparelhos de produção nacional, este índice correspondeu a apenas um terço do total de aparelhos vendidos no país (p. 08).

Com essa quantidade de reprodutores fílmicos nos lares, a frequência em videolocadoras passou também a ser mais assídua por parte do público cinéfilo na época. Até porque, passear entre as prateleiras, ler os catálogos/sinopses e poder manusear as capas construiu outros significados acerca do produto cinematográfico.

Desse modo, os espaços de locação fílmica começaram a disponibilizar uma variedade de filmes para os diferentes espectadores que alugavam nesses locais. Conforme Gomes (2005):

Assim, preferências e gostos por determinado gênero de filme, por filmes com legendas ou dublados, filmes em lançamentos, a preferência por determinado ator, atriz ou diretor e demais hábitos de consumir filmes em videolocadoras se diversificam em cada uma das locadoras, mas pode também, ter caráter semelhante entre gostos e preferências entre o público (p. 25).

Para os estudos atuais sobre recepção cinematográfica no Brasil, o acesso popular das videolocadoras foi um marco no processo de difusão e desenvolvimento do conteúdo fílmico, tal como foi à televisão nas suas primeiras transmissões. Neste caso, assistir filmes em casa passou a ser um hábito de entretenimento para muitos espectadores, criando assim um espaço específico e mais íntimo para esse público cinéfilo.

A partir dessa ampliação do consumo cinematográfico em diferentes espaços (plataforma televisiva, videolocadoras e salas de cinema), outras mudanças também acarretaram na própria materialidade do produto fílmico. No caso das locadoras, os seus primeiros filmes comercializados formam no formato VHS<sup>21</sup>, o que já trazia as opções de pausar o filme em execução e rebobiná-lo ao modo de exibição inicial.

Para a época (entre as décadas de 80 e 90, respectivamente), esses recursos eram considerados um grande avanço acerca do controle na temporalidade fílmica. No entanto, com o desenvolvimento tecnológico da (re)produção cinematográfica e as novas demandas do público midiático, foi necessário aprimorar um novo formato de mídia física para os conteúdos audiovisuais.

---

<sup>21</sup> *O Video Home System (VHS)* foi um padrão comercial para os consumidores de gravação analógica em fitas de videotape, principalmente nas décadas de 80 e 90. Foi desenvolvido pela Victor Company of Japan (JVC) na década de 70 e a partir dessa época começou a ser utilizado de forma caseira, criando assim a indústria de *Home Video* (mídias pré-gravadas que eram vendidas e/ou alugadas para o entretenimento domiciliar). Logo, mudando a forma de consumo e mercado dos filmes (tanto no meio cinematográfico, quanto no meio televisivo).

Nesse sentido que, os filmes começaram também a ser disponibilizados em formato DVD<sup>22</sup> nos espaços de locação. Neste caso, um dos grandes atrativos desse modelo era o material mais compacto comparado às fitas VHS e com uma tecnologia óptica de imagem e som bem superior, algo bem próximo da qualidade de cinema.

No Brasil, os aparelhos de DVD começaram a se popularizar a partir dos anos 2000, algo bem parecido com a demanda de videocassetes nas décadas de 80 e 90. Contudo, com o surgimento de outras plataformas midiáticas no mesmo período (tais como, os computadores domésticos e relacionalmente, o acesso à rede de Internet), a reprodução do formato DVD ficou mais facilitada para esses usuários virtuais.

Com efeito, houve também um grande crescimento de cópias ilegais a partir dos filmes, o que afetou drasticamente a comercialização nas videolocadoras. De acordo com Costa (2007):

A pirataria se espalhou velozmente pelo mercado de vídeo locação, tornou-se um concorrente desleal e ilegal. Desleal por antecipar os lançamentos, com uma qualidade às vezes muito inferior, tirando a curiosidade do espectador em alugar o filme com uma qualidade melhor, ou de assisti-lo no cinema, perdendo assim seu interesse, por já ter visto uma cópia filmada no cinema com legendas baixadas pela internet (p. 24).<sup>23</sup>.

De fato, com o acesso desses filmes pirateados a partir de leitores/gravadores de DVDs a baixo custo, o mercado cinematográfico começou a problematizar suas estratégias de (re)produção e acesso fílmico. De modo que nivelasse também esses novos espaços/plataformas para o público espectador.

---

<sup>22</sup> O DVD (sigla de *Digital Video Disc*) é um formato digital para arquivar ou guardar dados, som e voz, tendo uma maior capacidade de armazenamento que o CD, devido a uma tecnologia óptica superior, além de padrões melhorados de compressão de dados, sendo criado no ano de 1995. Em 2008, o DVD conseguiu substituir completamente o VHS como formato de distribuição. Contudo, com a obsolescência rápida desse mercado de mídias físicas (DVDs e Blu-rays) e o crescimento de plataformas virtuais como os serviços de *streaming* e o download digital, o formato DVD teve seu declínio nos últimos anos a partir dessas mudanças mercadológicas e receptivas do material fílmico.

<sup>23</sup> A citação argumentada por Costa (2007) evidencia mais sob um viés negativo acerca dessa popularização da pirataria fílmica nas últimas décadas. Contudo, fazemos uma observação pontual contextualizando a partir das experiências vivenciadas em Araguaína. No caso, podemos problematizar o dito mercado de filmes pirateados também no quesito de acesso aos produtos fílmicos originais, muitas vezes mais caros e restritos a determinados públicos cinéfilos. Logo, a pirataria surgiu como uma alternativa mais rentável (neste caso em específico, tanto para os vendedores ambulantes de CDs e DVDs quanto para os alguns espectadores que optavam por um tipo de material mais barato), mesmo não tendo a mesma qualidade dos formatos distribuídos pelo mercado legalizada indústria cinematográfica.

Nesse quesito que foi criado o disco Blu-ray<sup>24</sup>, com um material óptico parecido com o DVD, porém com decodificação mais segura e áudio-vídeo em alta definição. Apesar das expectativas tanto dos investidores quanto dos consumidores, o Blu-ray não conseguiu alavancar um grande público como os videocassetes e aparelhos de DVD.

Neste caso, uma das implicações para o fracasso comercial do Blu-ray foi o valor de custo-benefício dos produtos oferecidos, no qual os consumidores optaram por outras plataformas midiáticas para seu acesso fílmico, por exemplo. Logo, outro fator que coincide com a rejeição do disco Blu-ray e conseqüentemente, o declínio da espacialidade e materialidade física das videolocadoras, foi à popularização nos últimos anos dos programas de downloads digitais<sup>25</sup> (tais como, o aplicativo Torrents e outras redes de compartilhamentos de arquivos) e também a plataforma de *streaming* (tais como, a *Netflix* e outros serviços nas plataformas virtuais).

No caso da *Netflix*, o serviço se expandiu por agregar algumas características funcionais das locadoras (visto que anteriormente, a empresa surgiu neste ramo de entrega de DVDs pelo correio) e por também, disponibilizar um amplo catálogo de filmes e seriados (alguns já até produzidos pelo próprio canal). Entretanto, o grande diferencial da empresa nos dias atuais seria essa sua virtualidade para tal acesso fílmico e assim, possibilitar as escolhas preferenciais por parte do próprio usuário/espectador nessas plataformas digitais dos serviços em *streaming*.

---

<sup>24</sup> Disco *Blu-ray* é um formato de disco óptico para vídeo e áudio de alta definição e armazenamento de dados de alta densidade. É uma alternativa ao *DVD* e é capaz de armazenar filmes até *1080p Full HD* de até 4 horas, onde requer uma *TV Full HD de LCD, plasma ou LED* para explorar todo seu potencial. Contudo, teve o mesmo destino de declínio como ocorreu com o formato *DVD* nos últimos anos com o surgimento de outras plataformas virtuais mais acessíveis e rentáveis ao mercado audiovisual (como no caso, dos serviços de *streaming* da *Netflix* e também, os downloads digitais).

<sup>25</sup> O termo *downloads digitais* é bastante utilizado no âmbito da comunicação de computadores, principalmente no que se refere à transmissão de dados de um dispositivo para outro a partir de um canal do acesso previamente estabelecido (neste caso, no sistema global da *Internet*). Para tanto, foram desenvolvidos diversos aplicativos virtuais que compartilham alguns tipos de serviços e dados para seus respectivos usuários. Como no caso dos programas de *Torrents*, uma plataforma de rede que permite ao utilizador realizar seus downloads de arquivos, em geral indexados em *websites da Internet*. Há também outras opções virtuais para acesso e compartilhamento na própria rede *Internet*, que disponibiliza vários sites especializados em determinados tipos de conteúdos (como no nosso caso, blogs sobre cinema e que dispõem do material fílmico também para download).



Por se tratar de uma plataforma virtual de *streaming*<sup>26</sup>, a *Netflix*<sup>27</sup> utiliza o conteúdo audiovisual sob outras circunstâncias espaciais e temporais (neste caso, refere-se a seu aspecto de locação fílmica nas redes, na qual tal espectador não necessariamente precisa se deslocar para outros lugares de acesso, assim podendo assistir onde e quando preferir o filme ou série). Neste caso, sem a necessidade para o público de ter um contato estritamente materializado com o produto midiático.

No caso dos filmes, essa explanação tanto dos lugares de reprodução quanto dos sujeitos envolvidos no processo de recepção é ainda mais evidente. Até porque, tal análise não se restringe ao espaço típico da sala cinematográfica. Mas também, levando em consideração outros espaços que socializam o contato fílmico. Segundo Ferro (1992):

Nessas condições, não seria suficiente empreender a análise de filmes, de trechos de filmes, de planos, de temas, levando em conta, segundo a necessidade, o saber e a abordagem das diferentes ciências humanas. É preciso aplicar esses métodos a cada um dos substratos do filme (imagens, imagens sonorizadas, não-sonorizadas), às relações entre os componentes desses substratos; analisar no filme tanto a narrativa quanto o cenário, a escritura, as relações do filme com aquilo que não é filme: o autor, a produção, o público, a crítica, o regime de governo. Só assim se pode chegar à compreensão não apenas da obra, mas também da realidade que ela representa. (FERRO, 1992, p. 87).

Logo, percebe-se que objeto fílmico se qualifica em diversas situações, desde seu conteúdo contextual até suas práticas socioculturais no espaço de recepção. No entanto, vale ressaltar que nossa pauta de pesquisa não se aprofunda no quesito da materialidade fílmica. Mas sim, acerca das disposições metodológicas que enfatizam o sujeito receptor no processo de recepção fílmica.

---

<sup>26</sup> Os *serviços de streaming* é uma forma de distribuição digital, em oposição à descarga de dados. A difusão desse novo tipo de serviço virtual, geralmente em uma rede através de pacotes, é frequentemente utilizada para distribuir conteúdo multimídia através da *Internet*. Nesse formato, as informações não são armazenadas pelo usuário em seu próprio computador. Assim não é necessário ocupar espaço no disco rígido (*HD*), para a posterior reprodução. Neste caso, citamos o exemplo da *Netflix* por ter sido uma das empresas que mais se popularizaram nos últimos anos nesse ramo de *streaming*.

<sup>27</sup> A empresa *Netflix* é uma provedora global de filmes e séries de televisão via *streaming*, atualmente com mais de 100 milhões de assinantes. Fundada em 1997 nos Estados Unidos, a franquia surgiu como um serviço de entrega de DVD pelo correio e posteriormente expandiu seu ramo de atuação para os serviços de *streaming* a partir de 2007. Atualmente a marca atua em mais de 190 países e produz centenas de horas de programação original em diferentes países do mundo, querendo aprimorar-se nas aplicações e em novas programações.

Neste caso, tentamos refletir sobre o contato do público com os filmes a partir da sua espacialidade dentro e fora da tela. Isto é, contextualizando o espaço em que os filmes são reproduzidos e até que ponto isso interfere nas percepções da plateia. Nesse sentido que Capuzzo (1986) descreve a seguinte análise:

A sala é escura. Na frente, uma tela branca, que irá receber um jato de luz e, através de pulsações óticas, possibilitará a impressão de imagens registradas de uma pretensa realidade aparente. Até o final da projeção, o espectador estará sentado, de forma receptiva; uma elaborada trilha sonora, composta de diálogos, ruídos, efeitos sonoros e musicais, não permitirá comportamentos dispersos. A atenção será constantemente estimulada pelo ritmo e aparição dos rostos muitas vezes familiares aos espectadores. Ao final, a luz se acende e todos se retiram vagarosamente, ainda sonolentos, pois não despertaram totalmente do universo fantasioso que escolheram de livre e espontânea vontade, através do direito adquirido por um ingresso pago. (CAPUZZO, 1986, p. 39-40).

Para o autor, esses efeitos ritualísticos<sup>28</sup> despertados na sala de cinema estão relacionados à recepção cinematográfica no caso. Até porque, cada detalhe dentro desse espaço de reprodução fílmica é espelhado no olhar do receptor acerca do seu meio de frequentação.

Em outras palavras, essas delimitações espaciais e temporais ressignificam a interação entre a representação fílmica e o contexto do sujeito receptor. Entretanto, esse contato perpassa os espaços comuns em que os filmes são ambientados. Visto que, o próprio acesso midiático modificou também as formas de consumir filmes.

De acordo com Curi (2013), os consumidores aprenderam novas formas de interagir com o conteúdo fílmico a partir dessa nova demanda de (re)produção e convergência fílmica<sup>29</sup>. Para o autor, foram “as novas tecnologias que possibilitaram a participação dos

---

<sup>28</sup> A expressão de efeitos ritualísticos mencionada por Heitor Capuzzo na obra *Cinema – a aventura do sonho (1986)* remonta aos aspectos que caracterizam a ambientação das salas de cinema (desde a sala escura até o acender das luzes após as sessões fílmicas). Neste caso, consideramos para esta pesquisa sobre recepção cinematográfica, esses detalhes que compõem e incrementam no processo receptivo do espectador na plateia. De tal modo que, esses elementos identificam a experiência particular com o espaço-cinema (exemplo disso seria a combinação entre a pipoca e o refrigerante e até mesmo, o próprio silêncio durante a exibição dos filmes), como se fosse algo mais místico a partir do olhar sob a tela. Para tanto, compreende-se que certos hábitos e práticas contextualizados nos ditos ambientes das salas fílmicas fazem parte dessa dinâmica ritualizada de ir ao cinema.

<sup>29</sup> A proposição de *convergência fílmica* citada por Curi (2013) refere-se ao processo de adaptação e referências de determinados materiais cinematográficos (re)produzidos pelos próprios fãs espectadores. Isto é, o cinéfilo age também como produtor e disseminador desses conteúdos de entretenimento. Para tanto, o autor faz sua menção as novas tecnologias que instrumentalizam o procedimento de edição e divulgação das versões produzidas pelos fãs espectadores na Internet. Neste caso, percebemos que a recepção fílmica pode se expandir nas tentativas de produções alternativas e paralelas que evidenciam as preferências do público cinéfilo.

consumidores no conteúdo midiático e também alteraram os padrões de consumo, permitindo a formação de uma cultura participativa” (CURI, 2013, p. 221).

Nesse tocante que, começamos a pensar o receptor fílmico não apenas como um mero espectador oriundo do meio televisivo, no qual lhe é preestabelecido alguns pressupostos teóricos que determinam sua recepção. Mas neste caso, como alguém capaz de discernir sobre sua própria fonte de acesso e assim interpretar os códigos vinculados a representação fílmica.

Ainda segundo Curi (2013), “o consumo passa a ser visto como uma etapa fundamental para esses processos e também como uma atividade ativa, a partir do momento em que se percebe que a codificação da mensagem, na produção, está ligada à sua decodificação, na recepção”. (p. 213).

Para o autor, a ideia de se ter um consumidor mais ativo e flexível acerca do conteúdo midiático foi de suma importância para se caracterizar essa relação entre o produto fílmico e seu público receptor.

Neste caso, reconfigura-se o olhar do receptor a partir dessa interação com a realidade representada nos filmes. Que muitas vezes, é contextualizada pelo público a partir de sua criticidade e experiência com determinado conteúdo fílmico. Segundo Sousa (1995):

É nesse contexto que os estudos sobre recepção e comunicação são retomados e passam a constituir um cenário em mudança, no qual as relações entre comunicação, cultura e ideologia mostram novas formas de interação, e as questões do imaginário social e da subjetividade vêm compor os confrontos e desafios quanto ao saber acumulado e aquilo que as práticas sociais têm desenvolvido (SOUSA, p.09).

De fato, o quesito ideológico perpassa sobre uma construção de significados que influenciam a recepção fílmica do espectador. Nesse sentido que, a indústria midiática pode escolher determinadas temáticas e assim, conduzir sua leitura no que tange a intencionalidade e provocação de um filme.

Logo, a (re)produção de conteúdos através de um filme pode gerar algum tipo de inquietação no receptor quando interpreta esses códigos na tela. Logo, esse percurso entre o meio fílmico e seu público espectador não pode ser compreendido de forma direta, até pela complexidade de mediações que interpelam essa interação.

Nesse tocante que, os estudos sobre recepção no campo cinematográfico começaram a problematizar também suas vertentes históricas. Neste caso, alguns aspectos teóricos que antes enfatizavam a análise crítica e teórica dos filmes e que muitas vezes, não

contextualizava outros fatores externos a tela e seu contato com o público espectador. Portanto, para Capeller (2009, p. 216):

[...] Faz-se necessária uma análise ou leitura do filme que não se limite aos tradicionais critérios estéticos e artísticos utilizados pela crítica cinematográfica – gêneros, estilos, escolas, autores – e que ressalte os inúmeros fatores exteriores ao próprio filme que o condicionam, tanto como texto (isto é, como uma mensagem que deve ser culturalmente decodificada em seu conteúdo), quanto como cópia (ou seja, como um produto que deve ser socialmente valorizado em sua distribuição e exibição).

Até então, o material fílmico era compreendido apenas como artefato artístico<sup>30</sup> capaz de representar determinada realidade. A partir dos estudos sobre recepção, o cinema veio ganhando outras abordagens metodológicas e assim, expandindo seu espaço e tempo de projeção. Neste caso, a inserção dos filmes em dado contexto espacial-temporal não se restringe ao ato de filmagem e nem mesmo a sua reprodução na tela. Até porque, o cinema estabelece outro tipo de relação com seu público espectador na atualidade, que vai muito além do intervalo de exibição fílmica.

Ou seja, o próprio meio cinematográfico vai criando essas ressignificações a partir da sua condição representativa no campo sociocultural. Tanto no seu conteúdo ficcional, quanto no seu efeito reproduzido na realidade.

Exemplo disso seria a descrição feita por Tarkovski (2010, p.96) a partir das experiências dos espectadores no contexto da sala de cinema:

Ao comprar seu ingresso, é como se o espectador estivesse procurando preencher os vazios da sua própria experiência, lançando-se numa busca do “tempo perdido”. Em outras palavras, ele tenta preencher aquele vazio espiritual que se formou em decorrência das condições específicas da sua vida no mundo moderno: a atividade incessante, a redução dos contatos humanos, e a tendência materialista da educação moderna. (TARKOVSKI, 2010, p. 96).

De fato, as dimensões do espaço cinematográfico enfatizaram essa influência do mundo moderno, principalmente pela dinâmica temporal existente no processo de recepção audiovisual. Visto que, o tempo fílmico perpassa de forma preestabelecida a partir dessas complexidades que compõem seu sentido imaginário num contexto real.

Logo, não seria por acaso que o cinema também agregasse esses efeitos da modernidade. Desde sua (re)produção técnica até as novas práticas socioculturais dos sujeitos

<sup>30</sup> Aqui mencionamos a expressão *artefato fílmico* apenas para elucidar a essência também artística dos materiais cinematográficos. Visto que, a abordagem teórica e metodológica deste trabalho enfatizou mais os conteúdos fílmicos enquanto produtos de consumo, mas não descaracterizando também como objeto-arte.

espectadores. Nesse quesito que Bernardet (2000, p. 07) argumenta sobre essa compreensão do cinema na sociedade moderna:

Não era uma arte qualquer. Reproduzia a vida tal como é – pelo menos essa era a ilusão. Não deixava por menos. Uma arte que se apoiava na máquina, uma das musas da burguesia. Juntavam-se a técnica e a arte para realizar o sonho de reproduzir a realidade. Era fundamental ser uma arte baseada numa máquina, baseada num processo químico que permite imprimir uma imagem numa película sensível, tornar visível esta imagem graças a produtos químicos, projetar esta imagem com outra máquina, e isso para uma grande quantidade de pessoas. Essa complexa tralha mecânica e química permitiu afirmar uma outra ilusão: uma arte objetiva, neutra, na qual o homem não interfere. (BERNARDET, 2000, p. 07).

Para tanto, os estudos sobre a recepção cinematográfica consideram também todo trabalho estético que compõe uma obra fílmica. Neste caso, ressaltando sua relação com os aspectos pessoais e ideológicos do público espectador. Até porque, a (re)produção cinematográfica não é um processo isolado das demais etapas até chegar o olhar do receptor.

Desse modo, o conteúdo fílmico não pode ser compreendido apenas pelo seu resultado final, visto que sua materialidade engloba outras características que não são transpostas diretamente para tela. Neste caso, nota-se que a (re)produção cinematográfica não é ato tão simples e que envolve diversas minúcias que interpelam os públicos espectadores na sua construção simbólica a partir das experiências cognitivas do espectador.

Tanto que, a indústria cinematográfica leva em consideração os índices de audiência de determinado filme a fim de investir na sua produção e distribuição do seu material em outros espaços de acesso fílmico.

É nesse tocante que alguns autores problematizam a (re)produção coletiva do cinema, principalmente pelo seu consumo em massa na modernidade. Um exemplo, Benjamin (1994) faz a seguinte descrição:

Nas obras cinematográficas, a reprodutibilidade técnica do produto não é, como no caso da literatura ou da pintura, a uma condição externa para sua difusão maciça. A reprodutibilidade técnica do filme tem seu fundamento imediato na técnica de sua produção. Esta não apenas permite, da forma mais imediata, a difusão em massa da obra cinematográfica, como a torna obrigatória. A difusão se torna obrigatória porque a produção de um filme é tão cara que um consumidor, que poderia, por exemplo, pagar um quadro, não pode mais pagar um filme. (BENJAMIN, 1994, p. 172).

Com o desenvolvimento de novas técnicas de (re)produção a partir do século XX, o consumo cinematográfico expandiu-se para outros ambientes receptivos. Visto que o público

espectador não só se concentrava nas salas de cinema, mas também em outros espaços de entretenimento que se aproximavam dessa contextualidade do receptor fílmico.

Para Benjamin (1996), a reprodutibilidade técnica do cinema surge num momento em que a modernidade afeta drasticamente as práticas socioculturais do indivíduo. Isto é, quando a indústria cinematográfica começa a difundir sua perspectiva em massa para as diversas camadas de público.

No entanto, essa condição de consumo massivo do conteúdo fílmico também reiterou o poder de direcionamentos a partir da linguagem cinematográfica. Segundo Leite (2003), “o cinema é capaz de ao mesmo tempo, imprimir formas, forjar e maquinar situações e contribuir para o funcionamento de um conjunto de ideias e crenças. A rigor, os filmes são poderosos formadores e deformadores de opinião” (p. 06).

Desse modo, os estudos sobre recepção cinematográfica remontam esse teor crítico do material fílmico a partir de sua concomitância entre o real e o imaginário do cinema. De acordo com Bernardet (2000), “sem intervenção, sem deformações, o cinema coloca na tela pedaços de realidade, coloca na tela a própria realidade. É, pelo menos, a interpretação do cinema que se tenta impor” (p. 07).

De fato, os filmes visam essa representação específica na tela segundo suas características disponíveis para (re)produzir determinado conteúdo audiovisual. Isto é, ressignificando a compreensão do espectador acerca da realidade em sua volta a partir de uma obra cinematográfica supostamente ficcionada. Conforme Silva (2007):

A experiência estética que o cinema proporciona abre-nos, sem dúvida, para uma compreensão mais radical da realidade e do ser humano. É uma obra de arte com a qual nos relacionamos para iluminar a nossa percepção do mundo e, claro, é uma via de acesso a nós mesmos; uma convocação instigante que nos faz repensar nossas atitudes e reavaliarmos nossos valores; uma provocação inquietante para questionarmos possíveis conviências nossas com a falta de criatividade, com a mediocridade, que é mostrada, muitas vezes, em comportamentos rígidos, intolerantes, niilistas, autoritários e materialistas. Talvez seja precisamente nesse ponto que descobrimos, atrás dessas possibilidades estéticas, as possibilidades educativas e éticas do cinema. (p. 52).

Segundo a autora, os filmes podem exercer uma função doutrinadora acerca de determinadas temáticas a partir de sua relação com o público receptor. Visto que, a representação cinematográfica possui também esse efeito de confronto com seu respectivo espectador. Para o receptor fílmico, essas complexidades que envolvem um senso sobre o real e o imaginário do cinema influenciam no caráter interpretativo dos filmes. De

modo que, o olhar do espectador cinematográfico é compreendido como uma leitura dos sons e das imagens veiculadas na tela.

Neste caso, os estudos sobre recepção ressaltam essas percepções do leitor-espectador, principalmente se tratando de uma linguagem tão heterogênea como é vista no meio cinematográfico. Segundo Bauler (2013):

Com o cinema surge o esforço humano por uma nova linguagem, ou seja, um novo discurso de significantes, signos e símbolos, de natureza estritamente visual, não necessariamente redutíveis ao verbal, na outra ponta da relação saber o mundo, crer o mundo, imaginar o mundo, os modos de ver e ler, ou seja, naquilo que o simples olhar não se submete aos modos humanos, aí ditos culturais, de ver. (p. 20).

Isto é, a implicância do cinema na modernidade projeta novas compreensões acerca do público espectador e suas especificidades no âmbito da recepção fílmica. Tanto que, a leitura de um filme pode aproximar e/ou distanciar o espectador a partir de sua visão de mundo.

Nesse sentido que os modos de interpretação fílmica surgem no imaginário particular de cada espectador como uma leitura de si mesmo. De acordo com Yunes (2013):

O cinema nos impõe perguntas novas sobre o modo de ler os próprios filmes, o lugar do espectador dentro e fora da tela, o claro-escuro dos signos criados na legibilidade construída pelo leitor, a desconstrução das imagens realistas ou naturalizadas que a técnica do cinema provê, por ato de desconfiança no que se vê: a questão das aparências e essências perde sentido, ao menos o que se tinha presumido. (p. 12).

Para autora, essa (re)leitura feita pelo cinema não pode ser compreendida de forma óbvia. Até porque o público cinematográfico possui uma postura mais exigente acerca do conteúdo audiovisual quando transmitido para sua(s) tela(s). Para isso, os filmes utilizam fontes e recursos específicos a fim de adequar-se a essas mudanças de exibição e produção na atualidade.

Exemplo disso seria a própria linguagem fílmica, que reúne outros discursos na sua sintaxe de imagens, sons e textos. Visto que, esses elementos proporcionam ao leitor/espectador uma leitura estrutural dos filmes. Isto é, observando os planos e as sequências presentes na película e sua leitura a partir de legendas e sonoplastias veiculadas a narrativa cinematográfica.

Vale frisar que, esse conhecimento mais técnico sobre o cinema não se torna uma obrigatoriedade enquanto aspectos de recepção fílmica. No entanto, esse olhar de decodificação acerca dos elementos audiovisuais e textuais auxilia na leitura dos filmes. Neste caso, levando em consideração alguns dispositivos técnicos utilizados por diretores, roteiristas e atores para produzirem determinado conteúdo fílmico.

De fato, as incrementações do material audiovisual (tanto pelo viés artístico quanto pela produção técnica) enfatizam esse processo complexo da (re)criação e interpretação de mundo(s) a partir do cinema. Para o leitor-espectador, esses fatores se acrescentam na sua leitura fílmica de forma detalhada, levando em consideração como os filmes são concebidos a partir dessas diversas referências.

Nesse sentido que os estudos de recepção cinematográfica pontuam também os efeitos estéticos dos filmes. Visto que, o valor compreendido pelo público receptor pode se diferenciar de acordo com o grau de inteligibilidade transmitido pelo material fílmico.

Para Stam (2003), “deslocou a atenção do *o quê* (história, tema) para o *como* (estilo, técnica), mostrando que o estilo em si apresentava reverberações pessoais, ideológicas e até mesmo metafísicas” (p. 111). Em outras palavras, seriam a forma de se fazer filmes que influenciaria também no interesse pela recepção fílmica.

Desse modo, o leitor-espectador criteriza que tipo de conteúdo audiovisual lhe agrada, pensando sobre esse quesito de análise fílmica que caracteriza determinado filme por estilo e/ou técnica de (re)produção na tela.

De fato, o receptor reconhece nesses elementos constitutivos suas sensações acerca do material fílmico. Principalmente quando existe uma expectativa acerca do produto final.

Exemplo disso seriam os filmes de grande bilheteria no cinema, que reforçam essa apreensão do público a fim de estabelecer uma relação de novidade a partir da experiência audiovisual.

Nesse quesito que, a indústria cinematográfica investe também na divulgação de seus filmes, a fim de atrair o espectador antes mesmo de sua exibição para a tela. Logo, algumas informações sobre o próprio material fílmico são veiculadas em outros meios de anúncio e entretenimento, para que se antecipe esse vínculo com o público cinéfilo.

Exemplo disso seriam os *trailers*<sup>31</sup> dos filmes, que trazem uma prévia acerca do seu conteúdo narrativo e visibilizam o valor mercadológico da produção audiovisual. Visto que, a recepção cinematográfica parte dessas primeiras impressões do público até chegar sua

---

<sup>31</sup> O termo *trailer* aqui se refere à produção de videoclipes criados para a anunciação de determinados tipos de filmes e séries nos meios de entretenimento. Neste caso, os *trailers de filmes* costumam apresentar as cenas escolhidas pelos seus editores, com algumas frases de efeito superpostas as imagens ou até mesmo, com um narrador motivando o espectador assistir a atração em breve nas pré-estreias. Vale mencionar também que outros recursos de divulgação fílmica como os cartazes e folders são bem usuais em alguns espaços cinematográficos (principalmente em locais próximos as salas de projeção).



exibição definitiva na tela. Além disso, a comercialização fílmica vem se efetivando em outros espaços de consumo, principalmente através da venda de objetos relacionados aos temas e personagens representados nos filmes.

De acordo com Curi (2013), “a convergência de diferentes mídias se torna uma estratégia das grandes corporações, isso acontece porque os consumidores aprenderam novas formas de interagir com o conteúdo que encontram” (p. 221).

Neste caso, o cinema (na sua forma atual) passa a ser englobado em outros formatos de difusão que contribuem para esse diálogo com seu público espectador. Isto é, capaz de desencadear novas formas de uso e consumo a partir de contextos socioculturais específicos onde o meio cinematográfico é inserido.

Portanto, detalharemos mais adiante um estudo mais específico sobre o uso e consumo cinematográfico num contexto em que o público local se aproxima desses meios de acesso fílmico.

### **3. RECEPÇÃO, MEDIAÇÕES E CONSUMO NOS ESPAÇOS FÍLMICOS EM ARAGUAÍNA – TO**

A partir dessas leituras sobre os estudos de recepção cinematográfica, delimitamos nosso objeto de estudo através de algumas observações realizadas nos locais de reprodução fílmica na cidade de Araguaína, no norte do Tocantins.

Neste caso, nossa análise problematiza as relações do público espectador araguainense com o espaço-cinema e outros meios de acesso para os filmes. Para tanto, observamos alguns lugares de frequência onde é possível contextualizar essas diferenciações de acordo com os aspectos socioculturais da região.

Nesse sentido que, especificamos os espaços do cineclube na UFT - Campus Cimba<sup>32</sup> e do Mobi Cine<sup>33</sup> em Araguaína a partir de sua ambientação no contexto local. De todo modo,

---

<sup>32</sup> Fundado ainda no primeiro semestre de 2014, o *Cineclube – Cinema e História* da UFT no Campus Cimba em Araguaína-TO teve como proposição o incentivo ao acesso cinematográfico gratuito na Universidade, tanto para o meio acadêmico quanto para a comunidade local. Com encontros quinzenais e mensais (sempre aos sábados à tarde, a partir das 14h, no Auditório do Bloco C – Campus Cimba), o cineclube exhibe filmes temáticos que são subdivididos em blocos para análise e discussão após as sessões propostas.

esses locais agregam a difusão cinematográfica na cidade de forma coletiva, levando em consideração seus respectivos públicos e conseqüentemente, os modos de consumo acerca do material audiovisual.

Vale ressaltar, que nosso enfoque investigativo não abrange as questões de produção cinematográfica, mesmo que alguns fatores técnicos direcionem o olhar do público espectador sobre o conteúdo fílmico. Nesse tocante, que ponderamos esse contato que o público araguainense tem com os filmes, conforme os espaços de frequência (cineclube e salas de cinema) disponíveis para o acesso da população em geral.

Logo, nota-se uma grande diferenciação entre esses lugares citados, tanto no quesito arquitetônico quanto nos níveis de público frequentador de ambos os locais. A sala de cinema, por exemplo, foi projetada detalhadamente para atender com certa comodidade o entretenimento do seu espectador pagante. Já o cineclube visa outra proposta acerca da experiência cinematográfica, enfatizando o teor das discussões e reflexões despertadas através do conteúdo fílmico.

De fato, ambos os espaços têm funções relevantes no processo de recepção cinematográfica em Araguaína, principalmente pela consolidação de um público que se interessa por cinema enquanto produto de lazer e saber(es). Contudo, vale frisar que esse percurso cinéfilo na cidade nem sempre foi algo acessível, principalmente por algumas limitações espaciais para exibição de filmes e a dificuldade de habituar a população local nesse contexto de frequência pública no cinema.

Nesse quesito que o espaço cinematográfico se estruturou e expandiu até chegar a essa apreciação devida do público araguainense, tornando-se então um atrativo sociocultural para os participantes. Entretanto, vale mencionar que essa proximidade entre o cinema local e seus possíveis frequentadores se deu de forma específica na cidade, reforçando alguns critérios para o acesso desses locais de reprodução fílmica.

Desse modo, o cinema em Araguaína acabou desenvolvendo também um caráter de status sociocultural, que legitimou e hierarquizou seus espaços de acordo com o público

---

<sup>33</sup> Com o seu primeiro complexo chamado de *Top Cine* no início dos anos 2010, assim fora inaugurado as duas primeiras salas de cinema da empresa no prédio comercial do Moreira Shopping, localizado, inicialmente, na Avenida Cônego João Lima, no centro comercial de Araguaína-TO. Com o crescimento da marca, a empresa passou a chamar-se *Grupo Mobi Cine*, que atualmente conta com 8 unidades localizadas em 8 cidades distintas, que englobam Tocantins, Pará, Maranhão, Minas Gerais e Sergipe. Desse modo, em Março de 2017 o cinema *Mobi Cine* reinaugurou seu estabelecimento nas galerias do novo prédio comercial *Neblina Shopping*, localizado na Marginal Neblina em Araguaína-TO.

vigente. Isso fica mais explícito quando detalhamos os espectadores das salas de cinema, que atendem um tipo de perfil para frequentarem dado espaço de exibição fílmica. Ou seja, locais restritos que nem sempre se tornam acessíveis a comunidade local.

Assim, percebemos que outras análises sobre recepção cinematográfica no Brasil enfatizam também tais restrições de acesso ao público local. Portanto, se trata de uma problemática que engloba diversas contextualidades e conseqüentemente, novos olhares acerca do espaço cinematográfico. Conforme Silva e Bonin (2013):

O quase total desaparecimento dos cinemas de calçada e a transferência das salas de cinema para os *shoppings centers* dentro dos grandes complexos, ou *multiplex*, que abrigam num mesmo *hall* de entrada cinco ou mais salas de exibição, somados aos altos custos dos ingressos (sem considerar toda a problemática da disseminação da assistência de filmes no ambiente familiar, pela televisão, VHS, DVD, e em todos os formatos possíveis com os meios digitais), a possibilidade de recepção coletiva de cinema torna-se cada vez mais difícil. (p. 138).

Através desse panorama descrito pelas autoras acima, identificamos alguns fatos que se aproximam dos espaços de reprodução fílmica em Araguaína - TO, em especial as salas de cinema da franquia Moby Cine<sup>34</sup>. Apesar de ser um contexto mais restrito comparado com outros centros urbanos, a empresa do ramo cinematográfico se localizava até antes na Avenida Cônego João Lima, principal rua comercial da cidade.

Além disso, o estabelecimento funcionava num prédio parecido com o modelo de um shopping center (conhecido como Araguaína Shopping<sup>35</sup>), só que em menor proporção arquitetônica e com uma quantidade reduzida de galerias e vitrines. No entanto, o espaço era bem frequentado pelos espectadores nos dias de sessões fílmicas, principalmente nas pré-estreias dos filmes de grande bilheteria.

---

<sup>34</sup> Vale ressaltar que a franquia Moby Cine não só se desenvolveu e expandiu no contexto de Araguaína. Em julho de 2015, a marca instalou um complexo de duas salas no Cento Comercial Diamond, primeiro do gênero a ser dotado de cinema na cidade de Paragominas-PA. Já em Novembro de 2015, o *Grupo Moby Cine* reabriu o complexo de três salas do Tucuruí Shopping Center, que havia fechado as portas em maio de 2015. Em Abril de 2016, foi a vez da cidade Nossa Senhora da Glória receber o seu primeiro complexo de cinema, no Avelan Shopping, que também foi o primeiro no interior de Sergipe (só a Região Metropolitana de Aracaju dispunha de salas até então). Já o município de Gurupi-TO, recebeu em Dezembro de 2016 um complexo de cinemas com disponibilização de outros serviços de alimentação e lazer, como choperia, parque de recreação, entre outros. E mais recentemente, no fim de 2017, foi inaugurada uma filial do Moby Cine com três salas de projeção na cidade de Açailândia-MA.

<sup>35</sup> Após a desinstalação do cinema Moby Cine no prédio Araguaína Shopping (antes conhecido como Moreira Shopping), outras galerias comerciais foram fechadas no decorrer dessa transição do espaço-cinema para o novo endereço no Neblina Shopping, na Marginal Neblina em Araguaína. Atualmente, apenas uma loja de acessórios e uma drogaria popular funcionam nas dependências desse antigo prédio do Moreira Shopping na cidade.

Para a recepção desse público cinéfilo, funcionavam duas salas de cinema (uma para filmes 2D e outra para filmes 3D), com a capacidade de 70 lugares cada. Neste quesito que, o valor em média dos ingressos no ano de 2017 para filmes 3D era de 12 reais (meia-entrada) e 24 reais (entrada inteira). Já para os filmes 2D, os valores mediam entre 9 reais (meia-entrada) e 18 reais (entrada inteira).<sup>36</sup>

Mesmo sendo um valor consideravelmente elevado para boa parte do público araguaíense, as salas de cinema do cinema Mobi Cine mantiveram bons níveis de frequência durante esse período que esteve localizado no Araguaína Shopping. Até porque, a franquia é a única na cidade que atua neste ramo de entretenimento audiovisual, assim consolidando um público assíduo no segmento fílmico.

Outro detalhe relevante ao espaço cinematográfico do cinema Mobi Cine era sua localização no último andar do prédio comercial. No caso, as vias de acesso até o local eram uma escada de degraus e um elevador, o que dificultava a locomoção e a demanda do público presente.

Pensando sobre essas delimitações espaciais e a expansão de sua clientela, que a franquia do cinema Mobi Cine recentemente deslocou-se para outro ponto de atendimento. Em maio de 2017, foi inaugurado o novo espaço com ampliação das salas de cinema (agora com três salas digitais) e com estacionamento próprio ao lado do Neblina Shopping.

Localizado agora na Marginal Neblina, o cinema local vem deslocando seu público para um espaço ainda mais elitizado, o que evidencia também uma tentativa de especificar o tipo de espectador que frequenta tais lugares. Por se tratar de uma via nobre da cidade, o cinema Mobi Cine acaba distanciando o acesso periférico e assim, reforçando uma segregação espacial a partir dos meios de reprodução fílmica em Araguaína.

De outro lado, a modernização do espaço-cinema reinterou o *status* da classe média local, que até então reivindicava um local estritamente privado para o lazer e consumo na cidade. De fato, isso sempre foi atrelado ao desenvolvimento cultural e econômico da região

---

<sup>36</sup> Vale ressaltar que, esses valores estipulados para o cinema Mobi Cine em Araguaína-TO diferem um pouco de outras franquias cinematográficas em cidades próximas como Imperatriz-MA, Marabá-PA e Palmas-TO. No caso, em média os preços variam entre 5 e 10 reais a entrada inteira para as sessões 3D (isto é, bem mais barato comparado com o cinema local). Contudo, pelo fato dessas cidades mencionadas já possuírem um dado período com o funcionamento do cinema em seu território ou até mesmo, pela instalação de mais franquias nesse ramo fílmico para tal concorrência, os preços dos ingressos se tornaram mais acessíveis equiparados com o acesso em Araguaína.

por parte dos investidores, tornando, assim, a marca do cinema Mobi Cine uma das mais promissoras em Araguaína.

Entretanto, isso não minimiza a grande dicotomia entre o público de elite e os espectadores periféricos, que muitas vezes são marginalizados por não se sentirem habituados ao espaço privado do cinema araguainense. Nesse sentido que, outros espaços de reprodução surgiram com uma proposta de democratização e acesso fílmico, no intuito de atender a comunidade local que ainda se encontrava deslocada dessa espacialização cinematográfica.

Exemplo disso seriam os projetos de cineclube apresentados em outros locais de exibição fílmica na cidade, reformulando, assim, a formação de novas plateias. De modo que, tais atividades cineclubistas exercem também características particulares comparadas às salas de cinema. De acordo com Silva e Bonin (2013):

As sessões itinerantes de cinema contemporâneas se caracterizam também pela gratuidade e por serem feitas, principalmente, em cidades em que não haja salas comerciais de cinema ou em regiões periféricas que têm salas de cinema, mas que os moradores não teriam possibilidades financeiras de frequentá-las. As itinerâncias possibilitam a experiência coletiva de recepção de cinema, mas uma experiência diferenciada, em que o contexto de recepção tem papel fundamental. (p. 139).

Para as autoras, o cineclubismo contextualiza um espaço crítico e discursivo acerca do conteúdo cinematográfico, principalmente pelas competências instituídas aos espectadores nesse processo de recepção coletiva dos filmes exibidos. Dentro desse contexto situa-se o projeto de cineclube na UFT em Araguaína, que fomenta um contato cinéfilo com a comunidade local.

Atuando no Campus Cimba desde 2014, o cineclube da UFT é frequentado principalmente pelo público acadêmico. O projeto ocorre mensalmente nos sábados à tarde na Universidade e conta com a colaboração de alguns alunos e professores da própria Instituição.

Com entrada gratuita, a ideia do cineclube é utilizar-se dos aparatos técnicos já disponíveis no espaço universitário, como os auditórios e/ou as salas que dispõem de projetor digital (datashow) e caixas acústicas para as exibições fílmicas. Neste caso, os locais escolhidos na universidade também precisam ser adaptados a esse processo de projeção na tela, levando em consideração todas as caracterizações do lugar disponibilizado ao público espectador.

De fato, essa alternativização das atividades cineclubistas surte como efeito de transformação espacial e receptiva da universidade, principalmente por se tratar de um lugar aberto, também, para a comunidade externa. No entanto, há ainda certo desconhecimento por

parte da população local sobre o funcionamento do cineclube na UFT, enquanto projeto de extensão que visa aproximar o público araguainense desse ambiente acadêmico.

Nesse sentido que, os organizadores do cineclube juntamente com o público participante começaram a divulgar as sessões fílmicas através de outras plataformas virtuais, tais como: página no *Facebook*<sup>37</sup> e grupo no WhatsApp<sup>38</sup>. Logo, isso facilitou a interação entre os próprios cineclubistas e assim, abriu a possibilidade para outros convidados na plateia.

Até antes, a divulgação do cineclube se concentrava na exposição de banners e cartazes dentro do espaço acadêmico, o que já condizia com a maior participação do público universitário nos encontros mensais. Mas com a popularização das redes sociais, o local passou a ser frequentado também por outros entusiastas ao projeto, muitas vezes motivados pela proposta diferenciada e gosto de assistir filmes.

Neste caso, esses participantes eram informados das sessões por intermédio dos grupos virtuais do cineclube, onde era compartilhado o cartaz com data e local previstos para as exibições fílmicas. Ocasionalmente, esses encontros do cineclube funcionavam no Auditório II - Bloco B do Campus Cimba, por se tratar de um espaço mais adaptado as atividades cineclubistas e com uma capacidade de 100 lugares.

Todavia, houve algumas sessões que ocorreram também na sala H28 - Bloco H, quando o auditório II se encontrava reservado para outras programações. Logo, a sala citada possuía alguns equipamentos já instalados no seu espaço, o que poderia ser adaptado para as projeções fílmicas do cineclube.

Embora, a sala fosse equipada com materiais novos (um projetor com telão e caixas de som), o espaço era mais restrito comparado com o tamanho do auditório. Além disso, a localização da sala no Bloco H dificultava o trajeto dos participantes que desconheciam os setores internos da UFT.

Decerto, a localidade dos espaços cinematográficos tanto nos locais privados (salas de cinema) quanto nos lugares públicos (neste caso, a universidade) inserem o público numa relação de familiaridade/pertencimento ao meio de projeção fílmica. No caso do cineclube, o

---

<sup>37</sup> Disponível em: < <https://www.facebook.com/Cineclube-UFT-1762274390727788/>> . Acesso em: 03 de jul. 2017.

<sup>38</sup> Disponível em: < <https://www.facebook.com/groups/589074057925157/>> . Acesso em: 03 de jul. 2017.

espaço do auditório tornou-se mais propício para tamanha experimentação com filmes, dada sua caracterização e proximidades com o espaço-cinema.

Em outras palavras, seria esse modelo de exibição cinematográfica tradicional (sala escura e acento para os espectadores) que espelharia também a montagem do espaço-cineclube. De modo que, transparecesse a sensação de estar numa sala de projeção típica, como ocorre numa sessão de cinema por exemplo.

Além das adequações e delimitações espaciais, o cineclube consolidou sua proposta cinéfila a partir da relação com os conteúdos e temáticas trabalhadas no próprio ambiente acadêmico. Neste caso, as discussões após a exibição dos filmes eram acrescentadas com a fala dos alunos e professores participantes do projeto de extensão, compartilhando assim suas percepções sobre o material cinematográfico apresentado. De acordo com Fonseca (2016):

Os participantes compartilham nas sessões suas impressões sobre os filmes (que geralmente estão fora do circuito comercial), discutem sobre o cinema e aprendem sobre o que debatem ali, numa relação coletiva de alteridade. Assim, os cineclubes universitários se constituem numa oportunidade diferenciada de aprender para além do espaço institucionalizado da sala de aula, mesmo que dentro da universidade. Trata-se, portanto, de um espaço não formal de educação inserido num ambiente formal. (p.50).

De fato, o cineclube tornou-se um dos grandes espaços de formação no meio acadêmico, principalmente de competências analíticas e discursivas sobre cinema e outros meios midiáticos relacionados. Para isso, os debates pós-filmes instigam esse lado mais crítico e observador dos participantes, a partir de um olhar aprofundado sobre a obra cinematográfica.

Antes de iniciar as sessões, são repassadas algumas informações técnicas sobre os filmes a serem exibidos no cineclube (neste caso, sobre direção, gênero cinematográfico, premiações e entre outros), o que já pode facilitar na compreensão do conteúdo fílmico. Logo após a exibição, é aberto um espaço para as discussões mediadas pelo coordenador do projeto na UFT, o professor Plábio Marcos Desidério.

Durante essas mediações, é possível identificar outros tópicos transversais que compõem a seletiva dos filmes, que são divididos em seus respectivos blocos temáticos. Cada bloco trabalha com uma conjuntura diferente a partir de sua relação com o conteúdo fílmico, muitas vezes relacionado a um texto teórico trabalhado em sala. Nesse sentido que, Fonseca (2016) argumenta a seguinte proporção:

O cineclube pode ser considerado, assim, um espaço que propicia relações pedagógicas interpessoais, no sentido de que ali se trocam conhecimentos sobre os filmes e os temas que estes evidenciam, sobre o cinema e o mercado cinematográfico etc., além de estabelecer relações sociais e levantar discussões sobre os mais diferentes assuntos, trazendo à tona posicionamentos éticos, políticos, culturais, críticos, entre outros, modificando pensamentos, alterando posições e transformando aqueles que participam de suas sessões. Além disso, tais espaços abertos dentro da universidade propiciam uma constante fruição da arte do cinema, favorecendo um processo de reinvenção de si e do mundo com o outro. (p. 50).

Desse modo, a participação da comunidade acadêmica nas discussões do cineclube foi de sua importância para que o projeto de extensão abrangesse uma nova forma de ver e vivenciar o cinema. De tal modo, as contribuições aqui relatadas sintetizam o caráter participativo do projeto de extensão a fim de proporcionar um espaço de reprodução e interação fílmica para a população local.

### **3.1 DETALHAMENTO ESTRUTURAL DO CINEMA MOBI CINE**

Para este trabalho, algumas motivações pessoais foram evocadas para delinear acerca dos diálogos apresentados, principalmente por sua interação com o público participante e suas colaborações nesta pesquisa investigativa. Neste caso, cada sujeito aqui citado contribuiu de forma direta ou indiretamente para tais discussões e apontamentos de novas percepções acerca do tema.

De fato, abordar sobre cinema nessa contextualidade observada em Araguaína se torna um desafio estimulante, principalmente por explicar uma temática ainda pouca explorada no sentido de pesquisa local. Desse modo, ir a campo com essa proposta de investigar os espaços e seus respectivos participantes no cinema da cidade é uma forma de compreender as formas de consumo fílmico em algumas situações específicas. Como por exemplo, o que ocorre nas salas de cinema, a partir de sua relação com as experiências cognitivas e socioculturais desse público participante.

Nesse sentido que, situamos as salas frequentadas no cinema Mobi Cine em Araguaína como um campo de diálogo para essas novas (ou velhas) percepções acerca do cinema e sua inserção no contexto de entretenimento na cidade. Para isso, percebemos tamanha necessidade de aproximar as falas advindas do público frequentador no cinema a partir das discussões que mobilizam este trabalho acerca da recepção cinematográfica local.



Desse modo, propusemos um tipo de pesquisa-participante que relacionasse alguns discursos receptivos entre os participantes do cinema. Isto é, levando em consideração suas expectativas e percepções acerca dos filmes a serem exibidos nas salas de projeção do cinema Mobi Cine.

Para tanto, propusemos também nossa participação efetiva no diálogo com os públicos que frequentam as sessões semanalmente e/ou mensalmente no espaço cinematográfico. Neste caso, pautamos principalmente os dias de maior frequência e bilheteria no cinema (datas de pré-estreia, quartas-feiras com ingressos promocionais de meia-entrada para todos os públicos e também, no fluxo recorrente dos finais de semana), no intuito de interagir com os diferentes frequentadores dessas salas de cinema durante esse período de pesquisa-participante.

Entre os meses de Agosto e Novembro de 2017, foi possível identificar alguns traços pertinentes acerca do público araguainense, especificamente diante do espaço fílmico proporcionado pela franquia Mobi Cine na cidade. Nesse contexto local, pudemos observar tais mudanças dos espectadores no decorrer das sessões observadas, de acordo com os filmes a serem exibidos na tela e o fluxo de frequência nos dias em cartaz.

Nesse quesito que, pontuamos algumas das sessões fílmicas durante esse período de observação no espaço-cinema descrito. Tanto para uma análise do fluxo de frequentações nas salas de cinema, quanto para uma abordagem receptiva acerca das percepções do público após o filme. Para isso, incorporamos também a posição enquanto espectador durante as exibições, a fim de dialogar com tais participantes sobre as temáticas transpostas para a tela fílmica e como isso se aplica ao contexto local e global de cada sujeito receptor, durante e depois da exibição desses filmes.

De acordo com as autoras Jacks e Menezes (2006), “os discursos produzidos pelos estudos de recepção, através das falas dos entrevistados, traduzem seu contexto sociopolítico-cultural e indicam as relações que estabelecem com outros contextos, marcando identificações e divergências culturais” (p. 174).

De fato, identificamos alguns desses discursos de aceitação e/ou discordância por parte do público espectador diante dos materiais fílmicos a serem exibidos no cinema Mobi Cine. Muitas vezes, motivados por outras pressuposições ideológicas que são interpretadas a partir da concepção cinematográfica. Ou seja, variantes que são pertinentes na identificação local de acordo com as experiências e preferências contextualizadas nas salas de cinema da cidade.

Neste caso, essas variantes sugerem alguns fatores específicos que se destacam sob o olhar do filme. Exemplo disso seria as temáticas transpostas para a tela cinematográfica, que abordam sobre questões de gênero, contextos étnico-raciais e até mesmo, a própria ideia de pertencimento por parte do sujeito espectador dentro desta realidade representada no cinema.

Isso pode ser mais observado no decorrer das experiências com o público frequentador do Mobi Cine. Visto que muitos dos filmes em cartaz no cinema acabam categorizando os modos de recepção fílmica e a participação dos espectadores nesses espaços cinematográficos disponíveis na cidade.

Nesse sentido que, consideramos a distribuição dos filmes pela franquia Mobi Cine em Araguaína, principalmente pela ênfase dada a determinados conteúdos cinematográficos nas salas de projeção, desde a exibição de filmes do circuito hollywoodiano até as produções em nível nacional no cinema.

Logo, um dos questionamentos apontados durante as primeiras observações no cinema situava quais seriam os critérios contextualizados para a escolha dos filmes em cartaz. Neste caso, a distribuição e divulgação dos materiais se estendem ao espaço cinematográfico. Isto é, levando em consideração fatores de audiência e publicidade acerca dos conteúdos veiculados nas telas do cinema.

No caso do cinema Mobi Cine não seria muito diferente, até porque nossa pesquisa participante pode presenciar um pouco sobre essas experiências do público araguainense com os filmes que foram catalogados para exibição na franquia local. Visto que, essas escolhas em cartaz se diferem de acordo com a localidade do cinema e seus modos de frequência a partir do conteúdo fílmico.

Desse modo, situamos as salas de cinema disponíveis na cidade para uma análise mais experimental acerca da recepção cinematográfica, tanto dos públicos frequentadores durante as observações no Mobi Cine, quanto nossas próprias impressões acerca do espaço-cinema a partir de sua mudança de localidade, da Avenida Cônego João Lima no Centro de Araguaína para a Marginal Neblina no Loteamento Pampulha.

De fato, essa transição do cinema Mobi Cine ressaltou outros apontamentos em nossa pesquisa acerca das interações do público araguainense com seu espaço cinematográfico. Até porque, esse tipo de deslocamento local do espaço-cinema é compreendido não apenas no seu plano arquitetônico, mas também (e talvez, principalmente) no fluxo de frequentadores destes lugares como forma de lazer e entretenimento na cidade.

De acordo com Mahomed Bamba, “os modos de leitura e as interpretações fílmicas podem, portanto, diferir ou convergir no trânsito do filme de um espaço de recepção a outro, de uma comunidade de espectadores a outra” (2013, p. 36). Logo, essa contextualidade pode também ser observada no espaço-cinema do Mobi Cine durante nossa pesquisa-participante.

Desde então, passamos acompanhar com mais análise e detalhamento a localidade do cinema Mobi Cine nas suas novas instalações na Marginal Neblina. De início, a sensação que nos passou em mente é que tal mudança do prédio se justificava por uma ampliação do ramo cinematográfico na cidade. Contudo, percebemos que outras questões foram mobilizadas para essa transição do cinema local, principalmente no fluxo de público nesse novo espaço.

Até antes, a frequência e localidade do cinema Mobi Cine centrava-se numa das vias mais comerciais e movimentadas da cidade: a Avenida Cônego João Lima. Para tanto, nosso primeiro contato com o cinema partiu dessa interação inicial com o espaço e público presente. Visto que, algumas diferenciações ficaram mais perceptíveis com a reinauguração da mesma franquia em outro estabelecimento comercial. Neste caso, nos alojamentos do novo shopping localizado na Marginal Neblina.

Na prática, essa mudança local impactou o público araguainense, principalmente pelos meios de acesso para este novo espaço cinematográfico na cidade. Nesse quesito que também, problematizamos a recepção por parte dos próprios espectadores acerca dessa transição feita pelo Mobi Cine.

Durante nossa pesquisa-participante nas novas dependências do cinema, notamos que o local passou por algumas transformações pontuais para atender e estender sua demanda pública no ramo de entretenimento. Isto é, levando em consideração a comodidade de seus espectadores e a publicidade inerente da marca Mobi Cine em Araguaína.

De fato, o espaço arquitetado para o funcionamento das novas salas de projeção foi um grande atrativo para os já frequentadores do cinema. Visto que, o prédio anterior no centro da cidade possuía algumas limitações arquitetônicas que restringiam um melhor aproveitamento do espaço-cinema no Araguaína Shopping.

Logo, uma das ressalvas manifestadas pelo público do Mobi Cine seria a dificuldade de acesso até o espaço cinematográfico que se localizava no último andar do prédio comercial na Avenida Cônego João Lima. Mesmo com um elevador disponível no dito estabelecimento, alguns usuários optavam pelo uso das escadas convencionais até chegar ao piso em que as salas de cinema se encontravam instaladas.

Fora isso, outro fator considerável que influenciou na mudança local do Mobi Cine é que seu antigo espaço na Avenida Cônego João Lima não dispunha de um estacionamento adequado para a demanda maior de clientes no cinema. Neste tocante que, a reestruturação da franquia no Shopping Neblina pautou tais considerações do público frequentador para que o novo espaço cinematográfico satisfizesse as condições de acesso dos araguainenses.

Desse modo, em Março de 2017 o cinema Mobi Cine foi então transferido para sua nova localidade na Marginal Neblina. Logo após sua reinauguração, pudemos presenciar com mais detalhes o processo de recepção por parte do público com as novas instalações geridas no cinema.

Com três salas com a capacidade total de 321 lugares convencionais, o cinema Mobi Cinema trouxe uma nova estética para seu espaço cinematográfico na cidade. Com um salão mais amplo e bem iluminado, a franquia investiu num local que dispusesse de comodidade e modernização para o entretenimento do público cinéfilo.

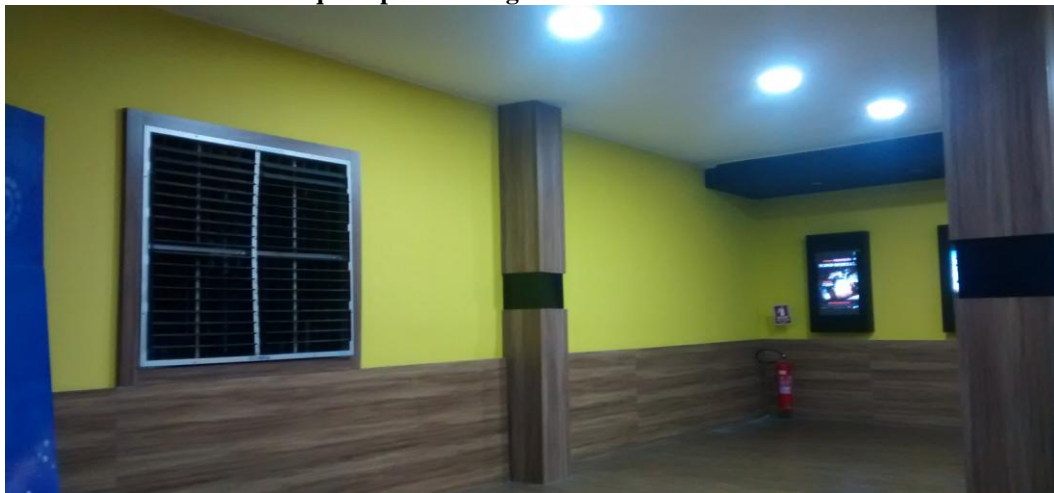
Um dos traços mais chamativos que deparamos no interior do prédio foi a tonalidade de cores utilizadas pela franquia para realçar o tom atrativo do novo espaço-cinema. Neste caso, as paredes externas das salas de cinema foram recobertas com um cintilante verde-limão contrastado com contornos pretos, que destacavam ainda mais a espacialidade do local. Para tanto, decidimos registrar algumas fotos no local dessa nova ambientação receptiva do cinema Mobi Cine para evidenciar melhor essas descrições feitas:



**Figura 1 - Hall de entrada no cinema Mobi Cine**  
**Fonte: arquivo pessoal. Registrado em: Setembro de 2017**



**Figura 2 - Painel de filmes em cartaz no cinema**  
**Fonte: arquivo pessoal. Registrado em: Setembro de 2017**



**Figura 3 - Parte interna do cinema**  
**Fonte: arquivo pessoal. Registrado em: Setembro de 2017**

Outro detalhe que não passou despercebido durante nossas primeiras observações no Mobi Cine foi a composição do ambiente com decorações temáticas que remetessem ao meio cinematográfico. Neste caso, a exposição de pequenos quadros que representassem elementos relacionados ao próprio cinema. Tais como, o cinematógrafo (aparelho utilizado antigamente para a projeção externa de filmes e que foi aperfeiçoado pelos irmãos Lumière em 1895) e a simbólica pipoca (produto alimentício muito consumido e associado às sessões de cinema):



**Figura 4 - Quadro cinematógrafo**

**Fonte: arquivo pessoal. Registrado em: Setembro de 2017**



**Figura 5 - Quadro pipoca**

**Fonte: arquivo pessoal. Registrado em: Setembro de 2017**

Além disso, outras referências cinematográficas foram identificadas no novo espaço do Mobi Cine. Uma das mais evidentes foram as imagens de Carlitos e O Gordo e O Magro (personagens célebres do gênero comédia, principalmente no cinema clássico) estampados nos portões de entrada nas salas de cinema:



**Figura 6 - Portão com tema "Carlitos"**  
Fonte: arquivo pessoal. Registrado em: Setembro de 2017



**Figura 7 - Portão com tema "O Gordo e O Magro"**  
Fonte: arquivo pessoal. Registrado em: Setembro de 2017

Nesse sentido que, podemos observar com mais clareza as proporções espaciais do cinema no processo de recepção do público frequentador. Isto é, como essas caracterizações

compõem a interação do espectador com o espaço cinematográfico e quais interferências que isso pode ocasionar na percepção do receptor acerca dos filmes projetados na tela.

De fato, o detalhismo reconstruído e ressignificado no espaço Mobi Cine já antecipa algumas leituras espectorais por parte do público frequentador neste novo local, antes mesmo da própria exibição fílmica na tela. De acordo com Costa (2011)

O cinema, recriando o espaço, constrói seus próprios espaços urbanos. Reagrupando e reeditando visões espaciais significativas, e nos fazendo reconhecer o lugar, o filme pode servir como (de)codificador da imagem mais verdadeira de um sentido de urbanidade e modernidade — aquela da nossa imaginação, dos nossos sonhos e pesadelos, da nossa experiência (p. 162).

Neste caso, a partir dessa citação feita pela autora pudemos relacionar também com a disposição espacial do empreendimento cinematográfico em Araguaína. Visto que, o espaço arquitetado para o funcionamento do cinema na Marginal Neblina sintetiza bem o fluxo de urbanização que vem ocorrendo na cidade. Isto é, num local que privilegia a comodidade e a modernização do espaço-cinema enquanto opção de entretenimento.

Enquanto pesquisador e também espectador, tivemos a oportunidade de evidenciar um pouco dessas acomodações no novo Mobi Cine. Durante nossas visitas, detalhamos de como essas melhorias atenderam as expectativas do público araguainense acerca de sua experiência com o cinema.

Logo, remetemos também as condições que foram presenciadas no espaço anterior, de quando o cinema era ainda locado no prédio da Avenida Cônego João Lima. Desse modo, a pesquisa-participante foi fundamental para compreender a recepção cinematográfica em cada um desses locais, levando em consideração suas delimitações estruturais e de como isso foi vivenciado pelos frequentadores do Mobi Cine.

Nesse sentido que observamos a disposição desses sujeitos espectadores nos espaços cinematográficos utilizados pela franquia na cidade, desde o período de funcionamento no Araguaína Shopping até o início de 2017 e sua reinauguração no Neblina Shopping em Março do mesmo ano.

A princípio, esse reordenamento do Mobi Cine possibilitou que o cinema expandisse sua experiência audiovisual no novo ambiente, principalmente para o acomodamento de seus clientes. Para tanto, foi então projetado neste novo espaço na Marginal Neblina um complexo que recepcionasse melhor os frequentadores, desde sua entrada na parte externa do cinema até seu acesso as salas de projeção fílmica.



De fato, essa ampliação estrutural do ramo cinematográfico se tornou algo necessário diante das restrições espaciais e receptivas no antigo estabelecimento, o que acarretou em melhorias no novo empreendimento feito pela franquia em Araguaína. Desse modo, uma das grandes preocupações da marca Mobi Cine em suas sedes foi enfatizar esse tipo de conforto para seus clientes.

Um exemplo disso foi o que ocorreu no Neblina Shopping, com a instalação de novos assentos almofadados na parte externa do cinema. Visto que, no espaço anterior havia poucos lugares de espera para os frequentadores antes das sessões fílmicas.

Além disso, o espaço cinematográfico proposto pelo Mobi Cine passou a contar com mais uma sala de projeção no novo estabelecimento. Devido ao maior fluxo de frequência neste ambiente, principalmente nas datas de pré-estreia.

Com o total de três salas fílmicas (sendo duas destas em cinema 3D), a reinauguração do cinema tornou-se um atrativo para os visitantes. Uma vez que, sua primeira instalação no Araguaína Shopping ainda possuía devidas delimitações estruturais e receptivas para atender a demanda do público araguainense.

Pensando nesse quesito que, a franquia optou por investir e se reestabelecer em outro prédio comercial. Neste caso, o Neblina Shopping agregava tais características para ampliação e modernização do seu ambiente cinematográfico na cidade, visando também o conforto e a recepção por parte do público espectador.

Durante nossas observações, pudemos constatar tais melhorias no novo espaço-cinema e de como isso expandiu a marca Mobi Cine no contexto da região. Além do mais, notamos também a presença de outros estabelecimentos comerciais no mesmo complexo do shopping (franquias de bar, lanchonete, sorveteria e até mesmo uma pista para jogo de boliche). Logo, integramos também essa distribuição espacial das galerias com as novas instalações do cinema na Marginal Neblina.

De início, notamos que cada empreendimento instalado nas dependências do Neblina Shopping possuía seu fluxo de público. Isto é, enquanto pesquisávamos no espaço-cinema da franquia Mobi Cine, observamos também (mesmo que, involuntariamente) a movimentação das demais lojas no prédio comercial.

Logo, começamos a identificar os horários de maior frequência nesses alojamentos das galerias (mais exclusivamente no período noturno e nos finais de semana). Entretanto,

alguns ramos comerciais funcionavam também no período diurno (principalmente as lojas de roupas e calçados, localizadas na parte interna do shopping).

A partir dessa disposição espacial das galerias, começamos a problematizar a inserção das salas de cinema nesse complexo mercadológico que é o *shopping center* na cidade. De acordo com a descrição feita por Neves (2006), “esta aliança entre cinema e shopping disseminou-se inicialmente entre as grandes capitais brasileiras e, posteriormente, nas cidades de porte médio” (p. 05).

De fato, isso não seria muito diferente no contexto local de Araguaína, um dos grandes polos econômicos do Estado do Tocantins. Durante nossa pesquisa, fomos evidenciando esse fenômeno recente de reordenação do espaço cinematográfico na cidade, cujas transformações incorporaram outro tipo de relação com o público frequentador dessas salas fílmicas. Ainda segundo a autora:

Assim, no momento em que os espaços são criados e recriados a fim de atender a uma nova lógica de mercado, o lazer insere-se no binômio conforto-tecnologia. O ato de ir ao cinema assume um outro significado, introduzindo novos valores e referenciais de atração. Este ato forja, em torno de si, uma nova forma de sociabilidade e acaba por criar outros referenciais de reconhecimento entre os indivíduos. (NEVES, 2006, p. 06).

Neste caso, pudemos observar mais essa socialização entre os participantes no espaço-cinema a partir da pesquisa-participante. Onde tivemos a oportunidade de interagir e registrar algumas caracterizações da frequência no Mobi Cine. Para isso, propomos para o próximo capítulo uma análise dos sujeitos espectadores que se inserem nesse novo contexto do cinema em Araguaína.

### **3.2 OBSERVAÇÃO-PARTICIPANTE NAS SALAS DE PROJEÇÃO FÍLMICA NO NEBLINA SHOPPING**

Após analisar e detalhar como visitante o espaço cinematográfico em seu novo local de funcionamento, nossa pesquisa investigativa propôs outra etapa para este trabalho acadêmico. Diante das observações, levamos em pauta toda estrutura arquitetada para a recepção do novo cinema Mobi Cine em Araguaína. Como também, as leituras teóricas que

problematizaram nossos estudos sobre o consumo fílmico local e seus meios de mediação midiática no contexto da região.

Nesse tocante, propomos neste tópico uma forma de evidenciar algumas falas e seus possíveis diálogos com os conteúdos propostos durante nossa pesquisa investigativa. Visto que, durante nossas visitas ao espaço-cinema pudemos interagir com alguns participantes no ato de frequência e recepção cinematográfica.

Em outras palavras, aproximamos nossas experiências com meio fílmico juntamente com os demais espectadores, seria uma forma de compreender as diferentes percepções diante da mesma projeção na tela fílmica e, como isso se desencadeia nas formas de consumo desses produtos audiovisuais na atualidade.

Desse modo, nossa participação em algumas sessões fílmicas no cinema Mobi Cine possibilitou que esta pesquisa tivesse um desdobramento maior sobre os estudos receptivos, diretamente com os públicos frequentadores dessas salas fílmicas. Para que isso ocorresse, foi necessária nossa inserção no seguinte espaço cinematográfico não apenas como pesquisador-observador, mas também como espectador-frequente desses locais de socialização.

Neste caso, o ato de ir ao cinema se tornou para nós um hábito social mais frequente durante este trabalho, onde pudemos aproximar tais discussões acerca da recepção fílmica a partir das experiências evidenciadas pelos sujeitos-participantes antes e depois das sessões.

Nesse tocante que, começamos por em prática nossa pesquisa-participante no espaço-cinema do Mobi Cine, levando em pauta toda caracterização espacial e estrutural das novas instalações da franquia no Neblina Shopping, que já foram descritas no subcapítulo anterior.

A partir desses detalhamentos, prosseguimos com nosso trabalho de interação com os frequentadores das sessões fílmicas no cinema. Para tanto, buscamos um tipo de abordagem que facilitasse nosso contato com o público cinéfilo sem comprometer a proposta da pesquisa-participante na localidade.

Desse modo, elucidamos alguns diálogos simples com os participantes entrevistados, a fim de compreender os aspectos receptivos desses espectadores e assim, contextualizar suas experiências com os filmes exibidos no cinema local.

De início, essa tentativa de entrevistar o público antes e depois das exibições fílmicas foi um pouco mais complicada para nossa pesquisa em *locus*, até mesmo pelo curto período entre as sessões no cinema. Diante disso, propomos aos entrevistados um contato posterior

para que pudéssemos dialogar sobre suas experiências e preferências dos filmes em cartaz no cinema Mobi Cine.

Neste caso, uma das ferramentas utilizadas para essa conversação com os participantes foi o contato através das redes sociais. A partir dessa interação virtual, notamos que boa parte dos sujeitos entrevistados se sentiu mais a vontade para compartilhar suas percepções acerca dos conteúdos fílmicos, o que aproximou nosso diálogo das próprias experiências do público com o cinema.

Nesse sentido que, elaboramos três questões norteadoras para nossa conversa com os participantes, algo que sintetizasse a proposta da pesquisa-participante e fosse compreensível para os entrevistados:

**Questão 1 – *Você gostou do filme exibido no cinema? E, quais outros tipos de filmes e gêneros você costuma assistir também?***

**Questão 2 – *Quais experiências, sensações e interpretações você conseguiu assimilar diante do filme assistido?***

**Questão 3 – *Que tipo de diferenças você percebe ao assistir um filme nas salas de projeção? Relate um pouco da sua vivência com cinema.***

### **3.3. ESPECTADORES: SUJEITOS DA RECEPÇÃO**

#### **1º Espectador entrevistado – Filme: Homem-Aranha: De Volta ao Lar (Agosto de 2017)**

Com as perguntas em mãos, fomos a campo a fim de evidenciar as primeiras falas em nossa pesquisa-participante. De fato, iniciamos essa etapa do trabalho investigativo a partir do mês de Agosto de 2017, na qual alguns filmes estreavam em cartaz no cinema.

No nosso primeiro contato com público cinéfilo nesse período, notamos uma grande frequência nas bilheterias para determinadas exhibições fílmicas. Logo, também observamos de como o cinema Mobi Cine estava ornamentado para a recepção de seus clientes.

De imediato, um dos detalhes que nos chamou atenção nesse primeiro momento foi à aglomeração de pessoas em volta de uma réplica de determinado personagem fílmico, exposta

no hall de entrada do cinema. Ao nos aproximar mais do público presente, compreendemos o porquê de tamanha expectativa por parte dos cinéfilos no local.

No caso, a réplica fílmica se tratava do super-herói Homem Aranha, personagem bem conhecido do público infantojuvenil e dos fãs de histórias em quadrinhos. Na ocasião, o filme ainda estava em cartaz, com grande procura nas bilheterias do Mobi Cine.

Nesse sentido que, aproveitamos esse momento para interagir com os participantes e também, utilizar desse espaço cinematográfico como forma de entretenimento e pesquisa para nosso trabalho. Para tanto, adquirimos o ingresso para exibição do filme *Homem-Aranha – De Volta ao Lar*<sup>39</sup>, o que seria uma grande oportunidade para observarmos diretamente a recepção fílmica local durante as sessões no cinema.

No seguinte posicionamento enquanto sujeito espectador-pesquisador, teríamos outras percepções acerca do conteúdo fílmico e assim, tentar compreender essas diferentes formas de recepção dos públicos frequentadores do Mobi Cine em Araguaína.

Para nós, esse tipo de experimentação nas salas de cinema evidenciou alguns perfis de espectadores durante nossa pesquisa-participante. De modo que, certos sujeitos nos chamaram atenção a partir de suas ações dentro e fora do espaço cinematográfico.

Exemplo disso foi um dos primeiros entrevistados em nossa pesquisa no cinema, que antes de iniciar sua sessão fílmica (neste caso, a exibição do filme *Homem-Aranha – De Volta ao Lar*), já registrava algumas fotos ao lado da réplica do respectivo super-herói.

Logo, percebemos a empolgação do espectador mesmo no seu período de espera para o filme escolhido. Notamos também, que o participante já tinha certa simpatia com o dito personagem adaptado das histórias em quadrinhos. Visto que, usava uma camiseta estampada com a imagem do super-herói. De fato, essa caracterização e identificação do sujeito-fã de determinados filmes e/ou personagens torna-se mais evidente em espaços como o cinema. De acordo com Curi (2013):

Fãs reúnem e colecionam produtos relacionados com seu *fandom* e os incorporam ao seu cotidiano e espaço físico. Decoram suas casas, usam canecas, roupas e outros elementos ligados a seus objetos de fascínio, tornando-os parte do mundo material em que vivem. Colecionar faz parte do seu universo (p.218).

---

<sup>39</sup> Sinopse e ficha técnica do filme disponível em: <<https://www.grupomobicine.com.br/filme/homem-aranha-de-volta-ao-lar/>>. Acesso em: 13 de jan. 2018.

Pensando nisso, que levamos em consideração essas características ao interagir com o espectador entrevistado. Desse modo, nos aproximamos do dito participante no cinema Mobi Cine e justificamos o motivo da nossa presença e abordagem neste local.

Logo após, explicamos a proposta do trabalho com a pesquisa-participante e o registro de alguns depoimentos dos frequentadores após as sessões fílmicas. Assim, o dito espectador se pareceu interessado com a ideia da entrevista e se dispôs a contribuir com suas percepções acerca do conteúdo fílmico assistido no cinema.

Para isso, combinamos de manter um diálogo posterior para que o espectador pudesse responder algumas perguntas, de forma simples e interativa como já havia sido proposto no nosso primeiro contato no Mobi Cine. Neste caso, optamos pelo uso das redes sociais para mantermos esse tipo de comunicação virtual. Visto que, isso facilitaria no quesito comodidade e praticidade entre os participantes na pesquisa.

Desse modo, entramos em contato com o espectador entrevistado a partir do aplicativo Messenger, pelo seu caráter usual em aparelhos celulares e smartphones. A princípio também, nos apresentamos novamente nessa plataforma virtual e logo, elucidamos nossa conversa com base nas três questões mobilizadoras propostas para esta entrevista.

Dando início ao diálogo, elencamos as perguntas discursivas ao participante descrito e também, nos propomos a esclarecer qualquer dúvida referente às questões durante nosso ato de conversação no Messenger.

Na primeira pergunta da entrevista, apresentamos o seguinte enunciado: “Você gostou do filme exibido no cinema? E, quais outros tipos de filmes e gêneros você costuma assistir também?”.

Neste caso, combinamos um período para que a pessoa elaborasse suas respostas e, ressaltando que a descrição poderia ser feita de forma simples, sem muita complexidade. Para tanto, propomos que a condução de nossa conversa virtual fosse de forma mais descontraída, a fim de compreender as percepções individuais e coletivas dos espectadores no cinema.

Compreendendo a proposta discursiva de nossa conversa, o participante entrevistado nos enviou a seguinte resposta: “Gostei bastante, gosto de filmes de ficção científica, mas não tento me prender em gêneros, acredito que dá para perceber se um filme é bom em poucas cenas, é o que vai fazer você decidir se vai continuar assistindo ou não”.

A partir da fala do espectador pudemos refletir um pouco sobre esse critério de escolha e/ou recusa por parte do receptor fílmico. Visto que, essa pesquisa-participante visa dar ênfase

aos sujeitos participantes nesse processo de mediação e recepção cinematográfica no contexto local. Nesse tocante que a autora Nunes (2013) argumenta sobre as diferentes formas em que o material fílmico pode ser recepcionado:

As possibilidades de recepção são muitas, e os efeitos colaterais também. Comunicar é escolha. Escolhas de conteúdos, escolhas das formas adequadas para dialogar com o outro, escolhas, enfim, de estratégias discursivas. Faz-se necessário reafirmar que o público é parte fundamental do campo cinematográfico, é consumidor e agente dentro desse campo de forças (p. 179).

De fato, a significância evidenciada pela descrição feita pelos próprios espectadores no cinema Mobi Cine já sugere essas caracterizações de preferência do público cinéfilo. No caso do participante entrevistado, foram citados também alguns de seus filmes preferidos durante nossa conversação virtual: “Inception, Vanilla Sky, Chappie, O Auto da Compadecida, Efeito Borboleta, Breakfast Club, entre outros”.

Logo, nota-se a variedade de gêneros e temáticas apreciadas pelo espectador descrito, apesar de sua preferência ser mais evidente por filmes sobre ficção científica, o que pode ser também constatado nos filmes exemplificados durante nossa conversa.

Prosseguindo com o diálogo virtual, propomos a segunda pergunta para o espectador entrevistado com a seguinte sentença: “Quais experiências, sensações e interpretações você conseguiu assimilar diante do filme assistido?”. Nesse tocante que, o participante expôs um pouco da sua relação com os filmes da temática sobre super-heróis e as impressões que teve ao assistir a (re)produção no cinema:

A maioria dos filmes de hoje em dia se prendem nos efeitos especiais devido à tecnologia 3D, o que somado a um bom roteiro traz uma sensação agradável, sempre tive uma mente criativa desde pequeno, assistia filmes e desenhos e no fim imaginava continuações para as histórias, criava novos personagens, e outras situações, me colocava como protagonista, acho que os filmes, desenhos, foram responsáveis no desenvolvimento da personalidade que tenho. (ENTREVISTADO 1, Agosto de 2017).

De fato, as novas tecnologias proporcionaram ao público uma sensação mais realística no processo de recepção cinematográfica. Logo, isso pode ser vivenciado de outra forma para o receptor no seu imaginário, como uma possibilidade de recriar os filmes já existentes.

Nesse quesito que Curi (2013) aborda sobre essa capacidade criativa dos espectadores em imaginar também outras narrativas e personagens para o filme assistido na tela. De acordo com o autor, “praticamente todas as pessoas pensam no que poderia ser diferente em um filme, se o final poderia ser outro, imaginam uma série de novas falas e possibilidades para os

personagens de uma história, produzindo, em diferentes níveis, novos sentidos a partir daquilo que recebem” (p. 211).

Por fim, explanamos essa questão experimental do espectador entrevistado também na terceira e última pergunta proposta na conversação virtual. Mais precisamente, acerca de seu contato com o espaço cinematográfico local. Isto é, que tipo de frequência tem com o lugar e se percebe alguma diferença ao assistir os filmes nas salas de projeção.

Desse modo, elaboramos a última questão discursiva de forma que isso sintetizasse as vivências do espectador entrevistado com o cinema. Assim, descrevemos a seguinte sentença: “*Que tipo de diferenças você percebe ao assistir um filme nas salas de projeção? Relate um pouco da sua vivência com cinema*”. E prontamente, o participante descreveu sua relação com o ambiente cinematográfico:

O cinema trás a vantagem dos filmes novos, de um ambiente único, projetado pra uma experiência diferenciada, confortável é muito gratificante ir num cinema, assistir um filme, seja ele novo, ou uma continuação de um filme que você gosta muito, com uma qualidade visual e sonora agradável, são experiências interessantes pra sair da zona de conforto e afugentar o estresse. (ENTREVISTADO 1, Agosto de 2017).

Até dado momento, pudemos compreender um pouco dessas experiências vivenciadas pelos espectadores entrevistados durante a pesquisa-participante no cinema Mobi Cine. Visto que, nossa participação no espaço cinematográfico permitiu uma percepção mais intimista em relação aos sujeitos que frequentavam as sessões fílmicas no local.

Para tanto, tivemos a oportunidade a partir da pesquisa-participante de nos colocarmos também na perspectiva da plateia presente. Isto é, se posicionar enquanto espectadores no ato de frequentar as salas de projeção e assim, vivenciar esse tipo de experiência diretamente com o espaço-cinema.

Durante nosso período de visitação no cinema Mobi Cine, mantivemos esse contato de frequência nas sessões semanais disponíveis. Ocasionalmente nos dias de quarta-feira (com valor promocional de meia-entrada) e nos finais de semanais (dias de maior fluxo no cinema), frequentávamos as salas de projeção fílmica, ora como meros espectadores na plateia e ora como pesquisadores da recepção cinematográfica local após as sessões exibidas.

Em função de nossas visitas ao cinema, fomos conhecendo um pouco mais da clientela frequentadora do Mobi Cine no Neblina Shopping. A partir daí, pudemos também interagir com os espectadores participantes e assim, propor um diálogo sobre as percepções acerca dos filmes em cartaz.



## 2º Espectadora entrevistada – Filme: Mulher Maravilha (Agosto de 2017)

Após nossa primeira abordagem com o espectador entrevistado no mês de Agosto, nós tentamos entrar em contato com outros participantes no cinema, que se dispusessem também a colaborar com o prosseguimento da pesquisa investigativa no Mobi Cine.

Neste caso, a proposta de conversação e registro se manteve no mesmo modelo feito na primeira entrevista, a partir de aplicativos virtuais para facilitar essa comunicação entre os participantes.

Desse modo, fomos a campo novamente e explicitamos tal proposta de nosso trabalho participativo no cinema. Em vista disso, deparamos com outra espectadora no mês de Agosto que nos chamou atenção e que também, se voluntariou com a pesquisa-participante realizada no Mobi Cine em Araguaína.

Como feito anteriormente, explicamos passo a passo nosso processo de comunicação virtual e as perguntas discursivas propostas para a segunda espectadora a ser entrevistada na pesquisa participativa. Neste caso, um dos critérios de destaque para a escolha da participante surgiu a partir de suas vestimentas trajadas também, na sessão do filme *Homem-Aranha – De Volta ao Lar* no mês de Agosto.

Para nós, foi um detalhe chamativo ver a espectadora com a camiseta da super-heroína Mulher Maravilha<sup>40</sup>, personagem pertencente à franquia da DC Comics. Apesar de que o filme escolhido pela própria participante no cinema Mobi Cine foi do *Homem-Aranha – De Volta ao Lar*, uma adaptação das histórias em quadrinhos da marca Marvel (neste caso, concorrente da DC Comics, principalmente neste ramo de produção fílmica que vem dando grande ênfase às temáticas sobre super-heróis nos últimos anos).

No entanto, isso não pareceu incomodar a espectadora a partir do filme escolhido. Pelo contrário, a participante deixou evidente durante nossa pesquisa a sua preferência por temas nesse segmento. Ou seja, filmes protagonizados por personagens do universo DC e Marvel, respectivamente.

---

<sup>40</sup> Vale mencionar que alguns meses atrás, antes de nossa pesquisa-participante no cinema Mobi Cine, o filme da heroína Mulher Maravilha estava disponível em cartaz. Desse modo, ressaltamos durante nossa conversação com a espectadora entrevista a frequência e popularidade da referida adaptação cinematográfica. Logo, podemos notar os bons números de bilheteria referentes à personagem da DC Comics e como a crítica especializada abordou positivamente no processo de recepção da obra fílmica.

Nesse sentido que, fizemos a mesma pergunta feita na primeira entrevista para a espectadora: “*Você gostou do filme exibido no cinema? E, quais outros tipos de filmes e gêneros você costuma assistir também?*”.

Para responder tais perguntas discursivas, fizemos o mesmo procedimento na qual foi direcionada a conversa anterior. Neste caso, optamos que nosso diálogo para esta pesquisa participativa discorresse em alguma plataforma virtual, o que poderia facilitar nosso contato e também, fosse cômodo para a espectadora participante.

Assim, a própria entrevistada optou pelo uso do aplicativo WhatsApp durante nossas interações virtuais, por se tratar de uma ferramenta que possibilita tanto a gravação de áudios, quanto a transcrição de textos em suas funcionalidades.

Vale ressaltar que, para chegarmos a esse nível de contato virtual com a entrevistada, foi necessário justificar a proposta de nossa pesquisa investigativa no cinema. Isto é, expondo a integridade e responsabilidade do trabalho com as informações dispostas pelos participantes.

De todo modo, a espectadora entrevistada demonstrou dada confiabilidade ao repassar suas percepções e preferências fílmicas após a sessão assistida. Logo, compartilhou conosco no aplicativo WhatsApp a seguinte resposta referente à primeira pergunta de nossa entrevista: “*Sou apaixonada por super-heróis e isso vem desde criança. Desde já, estarei ansiosamente presente no próximo filme do gênero que será a Liga da Justiça<sup>41</sup> e Thor – Ragnarok<sup>42</sup>”.*

De fato, foi interessante perceber na fala da espectadora entrevistada suas expectativas acerca dos filmes que ainda seriam lançados em cartaz no Mobi Cine. No caso, o sentimento de ansiedade descrito pela própria participante foi observável também em outros espectadores no cinema, antes mesmo das respectivas exibições fílmicas.

Em outras palavras, nos pareceu ser uma prática comum essa espera entusiasmada por determinados tipos de filmes antes mesmo de seu lançamento nas telas. Para os espectadores mais aficionados no gênero, percebe-se um prazer característico em aguardar a tão esperada produção fílmica no cinema.

Exemplo disso foram os filmes citados pela participante durante nossa conversa via WhatsApp. Neste caso, referindo-se as coproduções desenvolvidas tanto pela franquia da *DC Comics* com a *Liga da Justiça*, quanto pela marca *Marvel* com *Thor – Ragnarok*.

---

<sup>41</sup> Sinopse e ficha técnica do filme disponível em: <<https://www.grupomobicine.com.br/filme/liga-da-justica/>>. Acesso em: 13 de jan. 2018.

<sup>42</sup> Sinopse e ficha técnica do filme disponível em: <<https://www.grupomobicine.com.br/filme/thor-ragnarok/>>. Acesso em: 13 de jan. 2018.

De certo modo, isso nos chamou a atenção por se tratar de filmes com quase a mesma previsão de lançamento nos cinemas. Pensando nesse quesito que, analisamos essa ordenação dos filmes em cartaz a partir da disputa mercadológica entre as produtoras cinematográficas e as empresas relacionadas nesse ramo audiovisual de consumo e entretenimento.

No caso dos filmes *Liga da Justiça e Thor – Ragnarok* no cinema Mobi Cine, esse tipo de confrontamento pode ser também evidenciado entre os espectadores participantes no local. Principalmente por aqueles fãs cinéfilos que costumam ser mais taxativos com tal processo de adaptação fílmica para as telas.

Além disso, esse público-alvo dos filmes de super-heróis tende a simpatizar com as histórias das personagens que são representadas na tela e assim, acabam criando certo vínculo com determinados tipos de filmes no cinema.

Nesse sentido que, percebemos também durante nosso papo virtual com a espectadora entrevistada sua admiração pela personagem Mulher Maravilha, heroína advinda das histórias em quadrinhos da DC Comics e que vem conquistando devido protagonismo nas adaptações fílmicas produzidas recentemente.

Vale mencionar no caso, que a personagem das HQs citada teve seu filme-solo exibido um pouco antes de nossa pesquisa-participante no cinema Mobi Cine. Contudo, consideramos ser algo pertinente abordar tal filme, por se tratar explicitamente das percepções da espectadora durante suas frequentações nas sessões fílmicas.

Desse modo, propomos a participante que nos respondesse a segunda pergunta a partir dessa sua ligação com a personagem heroica. Isto é, levando em consideração o protagonismo feminino representado no cinema e de que forma isso pode ser compreendido por uma mulher espectadora no caso.

Assim, elaboramos a seguinte sentença para nossa conversação: “*Quais experiências, sensações e interpretações você conseguiu assimilar diante do filme assistido?*”. Neste caso, referindo-se ao filme Mulher Maravilha exibido no Mobi Cine e, assistido anteriormente pela espectadora entrevistada. Prontamente, a participante logo descreveu seu parecer sobre:

Nostalgia, emoção e encanto pela personagem que eu tinha conhecido apenas pela TV e pelas histórias em quadrinhos. Eu contava os dias para a estreia, porque precisava ter certeza que aquele filme iria fazer jus a uma personagem que amo, pelo fato de representar essa força feminina e surgir da mitologia grega que gosto muito também (ENTREVISTADA 2, Agosto de 2017).

Diante das respostas repassadas pela espectadora entrevistada, pudemos notar algumas características em seu depoimento receptivo no cinema Mobi Cine. Mais precisamente, acerca de seu posicionamento enquanto mulher espectadora, o que pode evidenciar outros detalhes ainda não tão problematizados nas sessões de cinema.

Vale ressaltar que durante nossa pesquisa investigativa no cinema, observamos o fluxo de frequência das salas de projeção e assim, conseguimos identificar uma grande presença do público masculino durante as exhibições fílmicas, principalmente nas sessões de filmes que trabalhavam com as temáticas de ação e sobre super-heróis (que na maioria das vezes, possuía em seu enredo exclusivamente, personagens-protagonistas homens e brancos).

Com o filme da *Mulher Maravilha* em cartaz, as mulheres frequentadoras do cinema e espectadoras do gênero fílmico como a participante entrevistada, começaram a evidenciar suas percepções acerca da representabilidade feminina nas telas cinematográficas. Isto é, um olhar específico sobre como são abordados determinados temas nos filmes, o que até antes era algo menos recorrente entre o público cinéfilo.

De acordo com Montoro (2013), “[...] por outro lado, o postulado de uma leitura feminista ou feminina do filme supõe também modos particulares de apropriação das narrativas e um conflito entre os horizontes de expectativas no espaço da recepção fílmica” (p. 46).

Desse modo, optamos por evidenciar em nossa pesquisa-participante essas percepções e preferências específicas da espectadora entrevistada. Uma vez que, esse diálogo direcionado mais especificamente ao filme *Mulher Maravilha*, possibilitou outras problematizações acerca da recepção cinematográfica no cinema Mobi Cine, levando em consideração os diferentes públicos e gêneros que frequentam esse espaço cinematográfico.

Nesse quesito que propomos para a participante uma última pergunta discursiva para nossa conversação virtual. Para tanto, elucidamos o seguinte enunciado descrito: “*Que tipo de diferenças você percebe ao assistir um filme nas salas de projeção? Relate um pouco da sua vivência com cinema*”. E assim, a espectadora entrevistada logo explicitou sua opinião sobre:

O cinema tudo fica mais bacana, porque você se junta com outras pessoas que gostam do mesmo filme que você. Eu particularmente antes de assistir qualquer filme quero entender o enredo e claro, os atores que vão interpretar aqueles personagens. Não chego e compro o ingresso porque fulano falou, quero saber o que vou assistir! Ah, a iluminação, o cheiro de pipoca e o próprio silêncio completa a minha êxtase de está ali, e claro uma boa companhia para depois discutimos tudo no filme (ENTREVISTADA 2, Agosto de 2017).

De fato, essa caracterização dada pela espectadora entrevistada a partir de sua vivência com o cinema reitera os detalhes perceptivos para esses estudos sobre a recepção fílmica no Mobi Cine.

Segundo Bamba (2013), “o silêncio, por exemplo, é hoje um dado na compreensão da lógica da recepção dos filmes em salas de cinema” (p. 39). Neste caso, esses componentes de experimentação no ambiente cinematográfico se tornaram mais frequentes em nossas visitas às sessões fílmicas durante o período de pesquisa-participante.

### **3º Espectador entrevistado – Filme: It: A Coisa (Setembro de 2017)**

Nesse sentido que, demos continuidade no mês de Setembro ao mesmo procedimento de frequência e entrevistas com o público espectador no espaço do cinema Mobi Cine. Na ocasião, outras opções fílmicas estavam em cartaz e isso possibilitou observarmos o fluxo de frequentadores no local.

Também, tivemos a oportunidade de presenciar algumas sessões nas salas de projeção do cinema, no intuito de analisar e compreender a dinâmica da recepção cinematográfica e como isso se manifesta entre os diferentes públicos participantes no mesmo espaço.

Dentre os filmes exibidos no período de Setembro, escolhemos enquanto espectadores a nova versão de *IT – A Coisa*, baseado no livro do escritor norte-americano Stephen King. No caso, nosso critério de escolha se baseou mais pelas opções no catálogo do cinema Mobi Cine, em que predominava os filmes de ação com super-heróis e o gênero comédia-romântica, com algumas produções nacionais.

Ainda assim, optamos para esta etapa da pesquisa-participante uma diversificação no quesito temático durante as sessões já frequentadas no espaço-cinema. No intuito de observar também, a caracterização dos espectadores no seu processo de recepção fílmica com o gênero terror representado em *IT – A Coisa*.<sup>43</sup>

Até então, as percepções presenciadas no cinema com filmes de temática sobre super-heróis (como *Mulher Maravilha e Homem-Aranha – De Volta ao Lar*) se assemelhavam em certos aspectos receptivos. Visto que, tais produções cinematográficas são direcionadas a um

---

<sup>43</sup> Sinopse e ficha técnica do filme disponível em: <[https://www.grupomobicine.com.br/filme/it-a\\_coisa/](https://www.grupomobicine.com.br/filme/it-a_coisa/)>. Acesso em: 13 de jan. 2018.

determinado público consumidor, neste caso se tratando de fãs aficionados pelas personagens heroicas representadas tanto nas histórias em quadrinhos quanto nas adaptações fílmicas.

No caso do filme *IT – A Coisa*, notamos outro enfoque de frequência durante suas sessões no cinema Mobi Cine. Na ocasião, pudemos presenciar um fluxo menor de público espectador, comparado com outras opções fílmicas em cartaz (que ainda mantinha a exibição de *Homem-Aranha – De Volta ao Lar* como uma das grandes atrações de bilheteria no local).

Para compreender melhor esse contexto de recepção, tentamos entrar em contato com algum dos participantes na plateia de *IT – A Coisa*. Após a exibição do filme, abordamos um dos espectadores presentes na mesma sessão que a nossa durante a pesquisa-participante. Na ocasião, elucidamos a proposta do trabalho investigativo no cinema e propomos um possível diálogo com o participante acerca de suas percepções a partir do filme recém-assistido.

Sem hesitação, o espectador abordado se prontificou em colaborar com nossa pesquisa receptiva. Logo, explicamos o procedimento de entrevista utilizado para o registro de algumas falas durante a conversação virtual. Desse modo, o participante optou pelo uso do aplicativo Messenger para mantermos essa interação através das redes sociais.

Assim, iniciamos o processo de perguntas elaboradas para o então terceiro espectador entrevistado no cinema Mobi Cine. Preliminarmente, repassamos ao participante as mesmas sentenças dialogadas e problematizadas com os demais colaboradores para tal fundamentação da pesquisa-participante.

Logo para início de nossa conversa, propomos o seguinte questionamento em base às experiências e percepções vivenciadas pelo participante durante sua sessão em *IT – A Coisa*: “*Você gostou do filme exibido no cinema? E, quais outros tipos de filmes e gêneros você costuma assistir também?*”. Por conseguinte, o espectador entrevistado descreveu um pouco de suas impressões e preferências no quesito fílmico:

It é um filme que segue as convenções clássicas do gênero, mas adiciona o inesperado elemento cômico, que funciona muito bem na dinâmica dos personagens, ajudando inclusive a desenvolver o arco dramático através do humor. O terror não é meu gênero favorito, sempre procuro saber o que a crítica especializada publica sobre um filme de terror antes de escolher vê-lo no cinema. Costumo ver muita ficção científica, meu gênero favorito, mas não dispenso o drama, suspense e a aventura. Gosto menos de comédia como gênero e mais como elemento dentro de outro gênero, como no caso de It (ENTREVISTADO 3, Setembro de 2017).

Com base na argumentação dada pelo espectador entrevistado, pudemos identificar em sua fala algumas compreensões mais aprofundadas acerca de assuntos relacionados à análise crítica de filmes. Neste caso, o dito participante faz referência em seu depoimento ao uso de

outras fontes especializadas que fundamentam a opinião de alguns cinéfilos sobre a temática cinematográfica. De acordo com Bamba (2013):

A própria crítica, especializada ou não, vem sendo apreendida como prática de recepção cujos “vestígios” discursivos parecem tão importantes quanto os filmes sobre os quais ela escreve. Sem falar dos demais processos discursivos e conversacionais prosaicos que acompanham, completam e prolongam a experiência estética cinematográfica no espaço público (p. 11).

Desse modo, pedimos para que o espectador entrevistado citasse algumas dessas fontes cinéfilas na qual costuma ter mais acesso aos assuntos de lançamentos a avaliações de filmes. Dentre as opções mencionadas pelo participante, aparecem às páginas virtuais *Adoro Cinema*<sup>44</sup>, *Cinerama*<sup>45</sup> e *Omelete*<sup>46</sup>. Também, citou os vlogs *Pipocando*<sup>47</sup> e *Pipoca & Nanquim*<sup>48</sup> disponíveis na plataforma do YouTube<sup>49</sup>. Além da rede social *Filmow*<sup>50</sup>, cujo enfoque é a catalogação de filmes com sinopse para avaliação e curtidas pelos próprios usuários cinéfilos.

Dando continuidade a nossa conversação virtual, propomos ao espectador entrevistado outra pergunta referente à pesquisa receptiva no cinema. Nesse quesito que, descrevemos o seguinte enunciado para o participante: “*Quais experiências, sensações e interpretações você conseguiu assimilar diante do filme assistido?*”. Prontamente, o participante nos respondeu a partir de suas impressões com o filme *IT – A Coisa*:

Nostalgia é uma boa palavra para definir minha experiência com IT, a ambientação do filme é extremamente bem sucedida em recriar o clima dos anos 80. Sobre sensações, diria que o medo é a sensação mais forte. Não é um terror de sustos, mas um terror do tipo psicológico, aquele em que o medo não salta na sua cara, apenas aparece soturnamente e faz você querer parar de olhar. Minha interpretação é de que IT é uma obra sobre os traumas de infância e sobre bullying, em suas entrelinhas. Vejo o palhaço Pennywise como uma reencarnação dos demônios da infância, e lidar com isso faz parte do crescimento, da transição do fim da infância no caso, como ocorre com os personagens. (ENTREVISTADO 3, Setembro de 2017).

<sup>44</sup> Disponível em: < <http://www.adorocinema.com/> >. Acesso em: 13 de jan. 2018.

<sup>45</sup> Disponível em: < <https://www.facebook.com/pg/oficialcinerama/> >. Acesso em: 13 de jan. 2018.

<sup>46</sup> Disponível em: < <https://www.omelete.com.br/> >. Acesso em: 13 de jan. 2018.

<sup>47</sup> Disponível em: < <https://www.youtube.com/channel/UCBFLqK7PAP9DQ3JpIrWFI7w> >. Acesso em: 13 de jan. 2018.

<sup>48</sup> Disponível em: < <https://www.youtube.com/channel/UCcqlXu3SKcwE1CpzGi-N68g> >. Acesso em: 13 de jan. 2018.

<sup>49</sup> Com a popularidade de novos meios difusores de conteúdo e entretenimento como os Vlogs (blogs em formato audiovisual disponíveis na Internet), a abordagem sobre temáticas cinematográficas se tornou mais acessível para muitos cinéfilos virtuais. Alguns canais (como são comumente conhecidos) têm uma grande frequência, principalmente do público espectador que considera muito a crítica especializada a partir de suas discussões e referências abordadas na tela fílmica.

<sup>50</sup> Disponível em: < [www.filmow.com.br](http://www.filmow.com.br) >. Acesso em: 13 de jan. 2018.

De fato, essa sensação de nostalgia descrita pelo espectador entrevistado se faz muito presente no processo receptivo de determinados filmes. No caso de *IT – A Coisa*, algumas de suas referências retomam outras produções audiovisuais que trabalham com uma estética bem parecida acerca da ambientação dos anos 80.

Durante nossa conversação virtual, o próprio participante citou as obras adaptadas dos livros de Stephen King para as telas, que possuem devida semelhança referencial com *IT – A Coisa*. Dentre tais exemplos, o espectador entrevistado mencionou os filmes *Conta Comigo* (1986) e a primeira versão de *IT – Uma Obra Prima do Medo* (1990).

Além das obras fílmicas adaptadas a partir dos livros de Stephen King, o participante referenciou também tal ambientação dos anos 80 a partir da série *Stranger Things*, produzida pela rede de streaming Netflix. No caso, a série citada se popularizou bastante entre o público cinéfilo, por trazer essas referências nostálgicas dos filmes oitentistas para os dias atuais.

Para tanto, o espectador entrevistado ressaltou até mesmo a escolha de um dos atores da série *Stranger Things* para fazer parte também, do elenco juvenil da nova versão de *IT – A Coisa* no cinema.

Para a pesquisa-participante, essas informações adicionais repassadas pelo espectador entrevistado serviram para compreendermos como algumas fontes referenciais complementam o processo de recepção do público cinéfilo. No caso do participante citado, essas avaliações feitas pela crítica especializada já antecipam devidas impressões do próprio espectador acerca do filme exibido, antes mesmo de assisti-lo nas telas do cinema.

Por fim, propomos ao espectador entrevistado uma última pergunta para nosso diálogo virtual. Neste caso, acerca do seu contato com o espaço cinematográfico e de que forma isso se caracteriza na sua recepção fílmica, enquanto componente da plateia nas salas de projeção fílmica. Nesse sentido que, elaboramos o seguinte enunciado para o participante: “*Que tipo de diferenças você percebe ao assistir um filme nas salas de projeção? Relate um pouco da sua vivência com cinema*”. Assim, o espectador entrevistado descreveu sua opinião sobre:

Assistir um filme numa sala de cinema é a experiência cinematográfica mais completa que podemos ter hoje, com a atual tecnologia. Talvez no futuro os óculos de realidade virtual tomem o lugar da sala de cinema como melhor meio de ver os filmes. Mas até lá, nenhuma TV por mais polegadas que tenha, alcança o nível de detalhes de som e imagem que uma boa sala de cinema (ENTREVISTADO 3, Setembro de 2017).



Diante da fala do espectador entrevistado, pudemos também pensar um pouco sobre o futuro do cinema a partir dessas novas ferramentas tecnológicas, que visam proporcionar ao público um tipo de experiência audiovisual cada vez mais próxima de uma idealização acerca da “realidade” projetada na tela cinematográfica.

Para tanto, o participante tem até uma perspectiva mais visionária ao mencionar alguns recursos virtuais que possivelmente podem ser incorporados no processo de recepção fílmica, como no caso os óculos de realidade virtual.

Conforme o espectador entrevistado, o uso desses aparelhos virtuais que simulam uma sensação mais realística ao usuário pode acarretar também, numa mudança do cinema como conhecemos hoje. Mesmo com surgimento de novas opções e plataformas de acesso fílmico, o espaço cinematográfico continua sendo bem frequentado pelos espectadores cinéfilos.

Isso pode ser bem observado durante nossa pesquisa-participante no Mobi Cine, onde durante as sessões fílmicas presenciamos um considerável fluxo de público cinéfilo. Logo, pudemos notar que a modernização do espaço-cinema atraiu mais os participantes e assim, manteve boas bilheterias no nosso período de investigação.

#### **4º Espectadora entrevistada – Filme: Mãe! (Outubro de 2017)**

Dando continuidade a nossa pesquisa-participante no cinema Mobi Cine, vimos que o público cinéfilo tem uma grande preferência por determinados gêneros fílmicos (neste caso, uma maior frequência nas sessões de filmes de ação e super-heróis). Contudo, optamos para esta etapa da investigação receptiva no mês de Outubro de 2017, para outras opções em cartaz que não estavam tão frequentadas como as grandes atrações de bilheteria no cinema local.

Neste caso, evidenciamos essa experiência com o filme *Mãe!*<sup>51</sup> durante o curto período em que ficou disponível para exibição no cinema Mobi Cine. Que curiosamente, ficou apenas uma semana em cartaz por conta de outros lançamentos fílmicos previstos para o mês.

Para nós enquanto espectadores na pesquisa-participante, o filme *Mãe!* foi o que mais nos surpreendeu em termos de narrativa e temática fílmica dentre tais opções em catálogo no

---

<sup>51</sup> Sinopse e ficha técnica do filme disponível em: <<https://www.grupomobicine.com.br/filme/mae/>>. Acesso em: 13 de jan. 2018.

cinema Mobi Cine. Logo, isso pode ser mais evidenciado também a partir da pequena plateia presente nas poucas sessões em que o filme foi disponibilizado.

No mês de Outubro, pudemos frequentar uma sessão onde havia apenas 8 participantes na sala fílmica durante a exibição de *Mãe!*. Dentre os poucos espectadores presentes, notamos a presença de uma participante que aparentemente parecia está impactada com o filme recém-assistido.

Nesse sentido que, tentamos interagir com tal espectadora e assim, propor algumas de suas considerações para nosso trabalho investigativo no Mobi Cine. Prontamente, a candidata se dispôs a participar da pesquisa-participante e relatar um pouco das suas experiências com o espaço cinematográfico.

No caso, o procedimento de registro discursivo foi bem parecido com o que aplicamos com as demais pessoas durante nossas entrevistas após as sessões fílmicas. Não diferente, explicamos também a proposta de nossa frequência no espaço-cinema do Mobi Cine. Assim a candidata pode compreender as intencionalidades da entrevista a partir dessas percepções do filme *Mãe!*.

Desse modo entramos em contato com a espectadora participante a partir do aplicativo Messenger para iniciarmos nossa conversação virtual. A princípio, elucidamos duas questões norteadoras de nossa entrevista discursiva, que foram basicamente as mesmas até então repassadas aos demais participantes cinéfilos na pesquisa investigativa no cinema.

Logo, descrevemos para a candidata nossa primeira pergunta referente ao filme *Mãe!*: “*Você gostou do filme exibido no cinema? E quais outros tipos de filmes e gêneros você costuma assistir também?*”. E posteriormente, a espectadora entrevistada nos respondeu com a seguinte argumentação:

Eu adoro filmes assim. Eu prefiro assistir filmes que me causem algo. Algo em que eu possa pensar ou até mesmo sentir mesmo. Inclusive adoro filmes de terror pela sensação. O filme em si tem referências óbvias, mas achei o filme tão original que em poucas partes percebi similaridades com outros. (ENTREVISTADA 4, Outubro de 2017).

A partir da fala da participante, pudemos identificar algumas características diferentes dos demais entrevistados durante a pesquisa-participante no cinema Mobi Cine. Em vista que as percepções da espectadora diante do filme *Mãe!* foram mais voltadas para estas questões de terror psicológico ambientado no filme. O que se difere um pouco na recepção de filmes com a temática de ação ou sobre super-heróis, que visam mais a questão de entretenimento a partir

dos efeitos especiais desenvolvidos nas produções cinematográficas (como no caso dos filmes *Homem-Aranha – De Volta ao Lar e Mulher Maravilha*).

Além disso, a entrevistada também ressaltou as referências religiosas subtendidas no filme *Mãe!* Segundo a própria espectadora, “o filme tem referências que o mundo inteiro consegue entender, mas talvez pela falta de costume com esse tipo de narrativa tenha sido um empecilho para a popularização do filme. Ou até mesmo as pessoas se sentirem ofendida pela temática do filme, que é bem pesada!” (FALA DA ENTREVISTADA 4, Outubro de 2017).

De fato, as temáticas abordadas pelo filme *Mãe!* tornaram-se bastantes polêmicas antes mesmo de sua exibição nas salas cinematográficas. Logo, podemos constatar isso em algumas críticas disponibilizadas na Internet, que desaprovavam os critérios temáticos abordados neste filme em específico (ou até mesmo, um boicote a dada produção cinematográfica).

Efeito disso, foi a baixa frequência de suas sessões no cinema Mobi Cine. E que por fim, retirou o filme de cartaz após poucos dias de exibição. Até porque no viés mercadológico do cinema, seria um prejuízo disponibilizar um tipo de conteúdo fílmico para um público bem reduzido nas salas cinematográficas. Desse modo, a franquia local optou por disponibilizar a exibição de outros filmes que atraíssem um maior número de frequentadores no cinema. Isto é, filmes que trouxessem algum tipo de retorno financeiro para as bilheterias.

Vale ressaltar que, outros filmes no mesmo período de Outubro não tiveram também o mesmo sucesso de público frequentador no cinema Mobi Cine. Exemplo disso foi a exibição do filme *Polícia Federal – A Lei é para Todos*<sup>52</sup>, que manteve um fluxo mediano durante suas sessões no cinema comparadas as outras atrações fílmicas em cartaz.

No caso desta produção cinematográfica nacional, notamos a presença de um público mais adulto durante nossa pesquisa-participante no cinema Mobi Cine. O que se diversificava das outras sessões fílmicas exibidas no local, em que predominava um fluxo de frequência maior do público infanto-juvenil.

Como no quesito temático de *Mãe!*, o filme *Polícia Federal* também não atraiu tanto o público cinéfilo do Mobi Cine. Possivelmente, por se tratar de assuntos políticos referentes à Operação Lava-Jato. No entanto, o filme ficou um bom período em cartaz no cinema descrito

---

<sup>52</sup> Sinopse e ficha técnica do filme disponível em: <<https://www.grupomobicine.com.br/filme/policia-federal-a-lei-e-para-todos/>> Acessado em: 13 de jan. 2018.

com a divulgação por parte dos próprios funcionários do estabelecimento cinematográfico (no caso, algo que não foi presenciado com o filme *Mãe!* em cartaz no Mobi Cine).

Apesar de não termos entrevistado alguém durante as sessões do filme *Polícia Federal* no Mobi Cine, achamos interessante mencionar neste trabalho investigativo tais preferências do público cinéfilo diante de determinados conteúdos fílmicos. Tanto o filme *Mãe!* quanto o filme *Polícia Federal* possuem propostas narrativas e temáticas distintas, o que pode interferir no processo de recepção e aceitação por parte de alguns espectadores no cinema.

Assim, para finalizar tal entrevista via conversação virtual com a espectadora do filme *Mãe!*, propomos a seguinte pergunta: “*Que tipo de diferenças você percebe ao assistir um filme nas salas de projeção?*”.

E por fim a participante nos respondeu: “em casa eu não ficaria assim, até porque quando os efeitos sonoros e visuais aparecem é mais interessante no cinema, como os sons de explosão, os enquadramentos e entre outros efeitos no filme”. (FALA DA ENTREVISTADA 4, Outubro de 2017).

##### **5º Espectadora entrevistada – Filme: Blade Runner 2049 (Novembro de 2017)**

Diante das experiências até aqui vivenciadas com o público espectador do Mobi Cine, pudemos compreender como a recepção cinematográfica se diversifica e problematiza nas percepções de cada participante entrevistado. Para o mês de Novembro de 2017, tivemos a oportunidade de finalizar esta pesquisa investigativa no espaço-cinema.

Nesse período, outros filmes já estavam em cartaz e um das opções que nos chamou a atenção foi a exibição de *Blade Runner 2049*<sup>53</sup>. Enquanto espectador, tivemos a expectativa de ver essa continuação comemorativa aos 35 anos do lançamento do primeiro filme homônimo, lançado inicialmente em 1982.

Apesar de ser baseado em uma obra cinematográfica anterior, *Blade Runner 2049* tem como atrativo a sua ambientação numa perspectiva futurística, o que poderia agradar os fãs do gênero Ficção Científica e até mesmo, os espectadores mais aficionados por filmes de super-heróis, que exploram também esse universo de efeitos especiais.

---

<sup>53</sup> Sinopse e ficha técnica do filme disponível em: <<https://www.grupomobicine.com.br/filme/blade-runner-2049/>>. Acesso em: 13 de jan. 2018.

Contudo, notamos durante nossas visitas no mês de Novembro no cinema Mobi Cine que o filme *Blade Runner 2049* não atingiu todas essas expectativas de público durante suas sessões. Nesse sentido que, tentamos compreender um pouco acerca das motivações (ou até mesmo, as ditas desmotivações) que não tornaram *Blade Runner* um sucesso de bilheteria no cinema local.

Assim, durante nossa presença enquanto espectador filme *Blade Runner 2049*, optamos nesse período por convidar uma participante para a mesma sessão fílmica. Vale ressaltar, que esta pessoa não conhecia muito sobre a temática do filme a ser exibido, tampouco assistiu a primeira versão de *Blade Runner*.

No caso, explicamos a proposta do trabalho com a pesquisa investigativa no cinema e o registro de algumas entrevistas com os participantes após as exibições fílmicas. Prontamente a participante se dispôs em colaborar com algumas considerações acerca do filme e também, relatar um pouco sobre sua experiência com o espaço cinematográfico.

Desse modo, propomos o mesmo processo de conversação virtual feito com os demais entrevistados durante pesquisa-participante no Mobi Cine. E também, ressaltando o propósito das nossas frequentações no cinema com o relato dos espectadores após as sessões fílmicas.

Assim, a partir do aplicativo Messenger que iniciamos nossa conversação virtual com a participante. E logo, elucidamos a primeira pergunta mobilizadora do trabalho investigativo: “*Você gostou do filme exibido no cinema? E quais outros tipos de filmes e gêneros você costuma assistir também?*”. Dessa forma, a espectadora entrevista fez sua descrição:

Sim é um filme interessante, mesmo não assistindo o primeiro Blade Runner muita coisa foi bem atrativa, inclusive a temática futurística. Visualmente, o filme é bem trabalhado, os efeitos não são incríveis. Algumas partes se arrastaram muito, o que aumentou a aflição de alguns momentos decisivos, mas isso não anula a maior parte que foi muito boa. Assisti outros filmes com temas de ficção científica filmes baseados em HQs e livros, o que me fez familiarizar bastante com o filme assistido. (ENTREVISTADA 5, Novembro de 2017).

De fato, as cenas mais prolongadas de *Blade Runner 2049* criam essa atmosfera mais carregada na narrativa do filme. Nesse sentido que, começamos a problematizar a recepção de uma produção fílmica nesse segmento, que se prolonga em mais de 2 horas e trinta minutos de duração (algo raro nas opções em cartaz, mas especificamente no cinema local).

No caso de outros gêneros fílmicos observados durante nossas visitas ao cinema Mobi Cine, notamos que as cenas são mais movimentadas (esteticamente e cinematograficamente

falando) na narrativa do filme, além do grande uso de efeitos sonoros e visuais que atraem o olhar de alguns espectadores (mais aficionados por explosões e lutas, por exemplo).

A partir da experiência com *Blade Runner*, percebemos que sua proposta temática e de filmagem é um pouco diferente de outros filmes convencionais exibidos no Mobi Cine. Logo, isso pode ter influenciado nos quesitos de frequência e preferência por parte do público no cinema local durante sua exibição no mês de Novembro.

Na ocasião em que assistimos ao filme juntamente com a participante entrevistada, na nossa sessão havia menos de 20 espectadores na sala fílmica. Vale ressaltar, que no mesmo período o filme *Thor – Ragnarok* estava em pré-estreia, o que ocasionou numa grande procura pela adaptação da franquia Marvel nas bilheterias.

Dando continuidade a nossa conversação virtual com a espectadora de *Blade Runner 2049*, elucidamos para a entrevista a seguinte pergunta acerca do filme: “*Quais experiências, sensações e interpretações você conseguiu assimilar diante do filme assistido?*”. Dessa forma a entrevistada fez tal relato perceptivo:

São múltiplas sensações, a construção das memórias me pareceram ser apresentadas não apenas na trama, mas muitas vezes o visual do filme. A tecnologia e sua interação com o humano, o questionamento da inteligência artificial e sua interação com humanos e replicantes. O humano como criador de uma replica (com sua imagem e semelhança) e seus conflitos com a destruição da mesma, o poder de decidir o que eles pensam, ou que memórias devem ter, aparentemente criando uma alusão de que durante gerações acreditamos ser criaturas, o que pode não ser real, porém o inegável é que evoluímos, do mesmo modo que aquilo que criamos também evoluiu. O mais interessante é pensar que mesmo com tanto “avanço” os problemas sociais sempre existirão. (ENTREVISTADA 5, Novembro de 2017).

A partir do relato feito pela espectadora entrevistada pudemos contextualizar também tamanha complexidade temática trabalhada no filme *Blade Runner 2049*, principalmente para quem não viu a primeira versão fílmica. Logo, isso se evidencia na narrativa do filme a partir de questões abordadas sobre a pós-modernidade.

Por fim, elucidamos a última questão de nossa conversação virtual com a espectadora participante do filme *Blade Runner 2049*. Assim elencamos a seguinte sentença: “*Que tipo de diferenças você percebe ao assistir um filme nas salas de projeção? Relate um pouco da sua vivência com cinema*”. E prontamente a candidata fez seu relato:

A sensação de assistir um filme no cinema é diferente de assistir na sua casa, seja pelo celular ou computador. É um ambiente que te convida pra assistir uma surpresa, você não sabe se vai gostar ou não, mesmo que seja algo apresentado num tema que te atrai. A sala escura, a tela imensa e o som proporcionam uma sensação mais

intensa. (desde que as pessoas no ambiente colaborem também.) Cinema antes me lembrava amigos pra chamar e assistir, dividir as sensações, mas agora é algo mais individual (interpretações nem sempre precisam ser discutidas.).

Para nós, foi bastante interessante a colocação dada pela espectadora entrevistada, no quesito de outras interferências que também pode contribuir (ou até mesmo, prejudicar no caso) no processo de recepção fílmica. De fato, a sala de cinema é estruturada como um espaço coletivo para os participantes.

Contudo, cada espectador possui suas individualidades e percepções diferenciadas acerca do mesmo material fílmico. Isto é, as impressões transmitidas pelo filme *Blade Runner 2049* pode divergir a partir do repertório e preferência fílmica de cada participante.

Quando a entrevistada menciona sua preferência em assistir na comodidade de sua casa, logo remetemos essa dificuldade do espectador em compartilhar suas percepções mais intimistas acerca do filme assistido. Em certos casos, o mesmo cinéfilo que gosta de frequentar determinadas sessões fílmicas no cinema com um grupo de amigo. Pode também, optar por ver outros filmes fora dos catálogos de cinema de forma mais individual.

Assim, durante esse período que vivenciamos no espaço-cinema do Mobi Cine pudemos ter diversas percepções de como a recepção dos espectadores funcionam em dados espaços, como no caso do cinema.

Porém, devemos considerar também a experiência cinematográfica em outros ambientes que podem ser também favoráveis para o acesso fílmico. Com as opções interativas das plataformas virtuais, assistir filmes tornou-se um hábito diferente do que conhecíamos até antes.

Neste caso, a pesquisa investigativa no Mobi Cine evidenciou algumas preferências e características desse público frequentador. Não que o cinema tenha perdido sua referência enquanto espaço de interação fílmica. Mas se adequou as novas mudanças tecnológicas que os filmes vêm sendo produzidos. Exemplo disso são os lançamentos feitos em diversas plataformas, cada qual direcionada para facilitar o acesso dos usuários cinéfilos.

Essa experiência coletiva com o cinema faz parte da nossa convivência com pessoas que apreciam o mesmo produto de consumo, neste caso o material fílmico. E de fato, isso pode criar certos ciclos de amizade com os participantes cinéfilos. Vimos muito isso durante nosso período de frequência no cinema, onde os participantes muitas vezes estavam em grupo para depois das sessões fílmicas discutirem suas impressões acerca do filme recém-assistido.

Por fim, entendemos essas experiências fílmicas com o cinema como algo válido não só no espaço cinematográfico, pois nossos primeiros contatos que temos com filmes ocorrem também em casa, pela TV ou até mesmo pela Internet.

Veremos no próximo subcapítulo outro contexto para a recepção cinematográfica em Araguaína, neste caso se tratando da Mostra de Cinema desenvolvida anualmente pela UFT. Neste caso, percebemos algumas diferenciações preferenciais e metodológicas para tal interação com o material fílmico, principalmente pelo ciclo de mediações teóricas que são problematizadas após os filmes.

### **3.4 OBSERVAÇÃO-PARTICIPANTE NA II MOSTRA DE CINEMA – TEMA MEIO AMBIENTE NA UFT**

A partir da experiência com a pesquisa-participante no cinema Mobi Cine, propomos para este trabalho investigativo também algumas observações e relatos dos participantes no projeto de extensão do Cineclube UFT, no Campus Cimba em Araguaína. Nesse sentido que, especificamos a II Mostra de Cinema com o tema Cinema e Meio Ambiente, ocorrida entre os dias 18 e 23 de Setembro de 2017, na própria Universidade.

Na ocasião, tivemos a oportunidade de ter acesso à programação do evento com certa antecedência, divulgada a partir das redes sociais dos organizadores e também, na exposição de cartazes nos corredores do Campus Cimba.

Enquanto já frequentadores do Cineclube UFT, presenciemos algumas diferenciações imediatas com o período em que visitamos o espaço-cinema do Mobi Cine, reinaugurado no Neblina Shopping. De fato, se tratam de estruturas e abordagens distintas perante aos públicos espectadores, cada qual possui suas caracterizações específicas neste processo de recepção e mediação fílmica.

Para nós, isso ficou mais evidente na pesquisa-observação quando passamos a registrar descritivamente e também, fotograficamente os espaços disponíveis para o funcionamento das atividades cinematográficas em Araguaína-TO. Neste caso, tratando mais especificamente aos locais do cinema Mobi Cine no Neblina Shopping, e, do Cineclube UFT no Campus Cimba.



Desse modo, evidenciamos o seguinte registro durante a II Mostra de Cinema no intuito de caracterizar a espacialidade e espectralidade no ambiente acadêmico:



**Figura 8 – Exibição do filme “Meat the Truth – uma verdade mais que inconveniente” na II Mostra de Cinema da UFT, Campus Cimba – Cinema e Meio Ambiente (19 de Setembro de 2017).**

A partir da composição dessa fotografia, podemos identificar as condições específicas para execução das ações cineclubistas na Universidade. A instalação estratégica do datashow e o telão fílmico no Auditório II, juntamente com a frequência do público acadêmico nessas ocasiões manifestam o processo de recepção cinematográfica de uma forma diferente.

No caso da II Mostra de Cinema na UFT – Campus Cimba, os filmes a serem exibidos pautavam a proposta temática do evento sobre Cinema e Meio Ambiente. E assim como nas atividades cineclubistas na Universidade, as exibições fílmicas eram subdivididas em blocos temáticos a fim de propor algumas discussões acerca dos conteúdos cinematográficos.

Vale ressaltar que o evento já ocorre na Universidade desde o ano de 2016. Na dada ocasião, a temática enfatizada na primeira Mostra de Cinema abordou sobre a relação fílmica com os Direitos Humanos. No caso, nós também participamos dessa edição e registramos por meio de fotografias:



Figura 9 – Mesa de Apresentação da I Mostra de Cinema da UFT no Campus Cimba

Para nós, o procedimento da Mostra de Cinema se aproximava bastante dos encontros mensais que ocorriam nos sábados à tarde com o grupo do Cineclube na UFT. Entretanto, a proposta da II Mostra de Cinema era estender essas atividades cineclubistas no decorrer da semana, de segunda-feira até sábado em todos os horários de funcionamento da Universidade (neste caso, pelos períodos da manhã, tarde e noite).

Vale ressaltar que a escolha dos filmes para a Mostra de Cinema enfatizava também as produções nacionais como ocorria nas exibições do Cineclube UFT, onde boa parte das obras abordadas eram filmes brasileiros ou produções cinematográficas do ciclo latino-americano.

Logo, isso foi bem observado durante nossas participações nas Mostras de Cinema que ocorram no Campus Cimba. Exemplo disso foi um dos registros fotográficos evidenciados no ano de 2016:



Figura 10 – Cartazes de filmes exibidos na I Mostra de Cinema na UFT - Campus Cimba

Nesse tocante que referenciamos também as diferenciações constatadas no catálogo de atrações fílmicas durante nossa pesquisa-participante no cinema Mobi Cine em Araguaína, onde pudemos notar o maior destaque para os filmes hollywoodianos e as poucas opções para os filmes nacionais em cartaz no cinema local.

Nesse sentido que compreendemos a importância do funcionamento de projetos como o Cineclubes UFT e a realização de eventos voltados para esse tipo de produção fílmica, como no caso da II Mostra de Cinema no Campus Cimba.

Isso ficou mais evidente na nossa pesquisa-participante a partir das interações que tivemos com os espectadores na II Mostra de Cinema na UFT. Vista que, alguns dos participantes também já frequentavam as sessões mensais do Cineclubes no Campus Cimba.

Para tanto, nosso contato com os participantes da Mostra de Cinema se tornou até mais facilitado por conta dessa participação enquanto acadêmico e espectador do Cineclubes UFT. De fato, boa parte do público presente na II Mostra de Cinema era de alunos da Universidade e também, professores da própria Instituição.

Diferente da perspectiva de entretenimento presenciada no Mobi Cine, os participantes da Mostra de Cinema visam durante as exibições fílmicas alguns referenciais teóricos para tal discussão posterior ao conteúdo projetado na tela.

Nesse sentido que tentamos elucidar durante a pesquisa-participante no evento alguns relatos de como esses espectadores compreendem o material fílmico, neste caso na Mostra de Cinema e no Cineclubes. Em outras palavras, que percepção se tem sobre o cinema a partir do ambiente universitário e de que forma isso pode colaborar na formação acadêmica e pessoal de cada sujeito espectador.

Assim, elaboramos a seguinte sentença para problematização com os participantes no durante o evento: *“Que tipo de contribuições que a Mostra de Cinema e o Cineclubes da UFT trouxeram para sua compreensão no quesito ver e viver o cinema?”*.

Por se tratar de um evento semanal, optamos para esta pesquisa-participante na Mostra de Cinema algo mais sucinto para o registro e transcrição de tais respostas mencionadas pelos espectadores. Assim, pudemos evidenciar algumas opiniões sobre a própria Mostra de Cinema e também, acerca das atividades cineclubistas na UFT.

Segundo uma das entrevistadas durante a Mostra de Cinema: “a partir da interação com alunos e professores pude melhorar minhas percepções sobre as temáticas e filmes

apresentados, refletir sobre os gostos que desenvolvi pelo cinema e entender características que antes passavam despercebidas”. (FALA DA PARTICIPANTE 1, Setembro de 2017).

Essa percepção da espectadora entrevistada reflete um pouco sobre as proporções em que as atividades cineclubistas se fundamentam, onde as discussões teóricas pautam essas questões temáticas e referenciais presentes nos filmes exibidos.

No caso da Mostra de Cinema, percebemos que por se tratar de uma área transversal (no caso o tema sobre Meio Ambiente e seus desdobramentos), as problematizações se tornam necessárias para a conscientização e impacto nos espectadores a partir da exibição fílmica.

A proposta de filmes tanto do Cineclube quanto da Mostra de Cinema na UFT é trabalhar com esses eixos temáticos que tem significativas relevâncias nas questões socioculturais não só para os espectadores presentes, mas que o conteúdo fílmico sirva de material para outros contextos que são exibidos nas telas fílmicas.

Segundo a outra pessoa entrevistada é “perceber a obra filmográfica enquanto representação da realidade. A possibilidade de métodos de ensino e fomentos de discussão a partir de filmes. A socialização de percepções individuais e coletivas, bem como um espaço de exercício da sensibilidade e da expressão individual”. (fala do participante 2, setembro de 2017).

Essa socialização das percepções individuais e coletivas dos espectadores da Mostra de Cinema na UFT mencionadas pelo participante é um tipo de experiência que se assemelha um pouco com as experiências com o Cineclube nos finais de semana. Para tanto, boa parte dos participantes do evento em setembro também já frequentaram algumas sessões fílmicas do projeto cineclubista.

Outro fato interessante mencionado pelo participante se volta do uso fílmico como método de ensino. Visto que, boa parte dos integrantes (tanto do Cineclube quanto da Mostra de Cinema na UFT) são egressos dos cursos de licenciatura da Universidade Federal do Tocantins – UFT.

De fato, essa é uma das propostas de projetos como o Cineclube UFT, que suas atividades abranjam outros locais além do meio acadêmico. Isto é, que o acesso fílmico gratuito seja aberto também para a comunidade.

Alguns dos espectadores participantes dessas atividades cineclubistas já lecionam em escolas públicas e privadas em Araguaína e região. E assim, podem utilizar das discussões propostas no Cineclube e na Mostra de Cinema para a sala de aula.

Exemplo disso foram os alunos de determinada escola pública estadual da cidade de Miranorte que se deslocaram até Araguaína para participarem da Mostra de Cinema. Para muito daqueles alunos, um evento na Universidade sobre temáticas que são abordadas em sala de aula era algo novo pra eles.

A ideia partiu de um dos professores da escola de trazerem os alunos para esse tipo de experiência com a Mostra de Cinema, que seria diferente de levar em outro espaço fílmico, como uma sala de cinema no caso.

No caso, poucos desses estudantes tiveram acesso a outros espaços cinematográficos, visto que a cidade de Miranorte não possui um cinema, sendo o mais próximo na capital Palmas. Para tanto, a proposta do professor em levá-los a Mostra de Cinema era um forma de que eles tivessem esse primeiro contato. Além, aprender um pouco mais acerca do tema abordado durante o evento na UFT.

Nesse sentido que, conversamos informalmente e vimos que eles têm outro tipo de acesso aos materiais fílmicos. Neste caso, A partir de plataformas virtuais como a Netflix e a própria Internet em si. Por se tratarem de um público pré-adolescente (por volta de 12 e 13 anos de idade), eles possuem uma grande preferência por assistir séries.

Equiparando com os entrevistados também no cinema Mobi Cine, com a popularização de serviços de streaming como a Netflix muitos espectadores tiveram mais acessibilidade e comodidade para assistir suas preferências fílmicas (e também, seriadas) a partir de uma plataforma que disponibiliza um grande acervo dos mais variados temas e gêneros.

Para tanto, muitas cinéfilos com quem interagimos nessa pesquisa-participante tem uma devida preferência por essa recepção domiciliar. Isto é, assistir determinado conteúdo fílmico em sua casa. No caso do cinema, vimos que a sua frequência está bastante relacionada a questões de sociabilidade com outros cinéfilos. Exemplo disso foi quando uma das entrevistadas no cinema Mobi Cine ressaltou a preferência que tinha de ir às salas fílmicas na companhia de um grupo de amigos, para interação após as sessões.

No caso da Mostra de Cinema, a proposição se volta mais a esta perspectiva dos debates após os filmes, sob um viés mais teórico e contextualidade ao ambiente acadêmico. Por fim, essas compreensões entre os espaços cinematográficos puderam ser experimentadas a partir de suas caracterizações estruturais e metodológicas. O que pode ser também recepcionado também no espaço domiciliar do cinema.

### **3.5 A PERSPECTIVA DE UM EX-VIDEOLOCADOR ENQUANTO SUJEITO DA RECEPÇÃO**

Após observar e vivenciar um pouco dessas experiências com a recepção fílmica em espaços como o cinema Mobi Cine e o Cineclube da UFT em Araguaína, propomos expandir o *locus* de atuação de nossa pesquisa-participante. Neste caso, a intenção inicial deste trabalho se problematizava na caracterização e interação com os públicos participantes desses locais de acesso cinematográfico na cidade.

Para tanto, durante o ano de 2017 realizamos algumas frequentações investigativas no intuito de compreender mais acerca dessa dinâmica receptiva dos filmes (tanto no Mobi Cine, quanto no Cineclube UFT) e como isso se manifesta nas percepções de cada espectador.

Logo, percebemos algumas diferenciações contextuais e espaciais entre os respectivos espaços de projeção fílmica. De fato, isso ficou mais evidente durante nosso trabalho quando passamos a registrar algumas falas dos participantes ali presentes durante as exibições/sessões dos filmes. A partir dessas falas, pudemos fundamentar uma das principais propostas de nossa pesquisa-participante: de ouvir e dialogar com esses sujeitos espectadores e assim, refletir um pouco mais sobre suas vivências com o meio cinematográfico.

Foi a partir desse contato que conhecemos diversas pessoas com histórias de vida com o cinema, contando suas experiências e detalhes dessa trajetória que fizeram criar uma grande afeição pelos filmes. Nesse tocante, possibilitamos também para este trabalho colaborativo o acréscimo de outro relato que pudesse contribuir ainda mais para as informações coletadas na pesquisa-participante, além dos já registrados no cinema Mobi Cine e no Cineclube UFT.

Assim, seguindo a sugestão de um dos professores avaliadores durante nossa banca de qualificação no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura e Território – PPGCult, nós tivemos tal oportunidade de entrar em contato com o participante Francisco Maciel, mais conhecido como Chiquinho.

No caso, a recomendação dada pelo professor avaliador se justificava pela experiência de Chiquinho no ramo fílmico na cidade, onde era ex-proprietário de uma videolocadora com um grande acervo de filmes considerados *cults*, algo até então raro no quesito comercialização e consumo pelo público cinéfilo em Araguaína.

Desse modo então, buscamos entrar em contato com Chiquinho primeiramente através das redes sociais, mais especificamente pelo aplicativo Facebook. Na ocasião, nossa primeira

conversa com o participante ocorreu no mês de Novembro de 2017, na qual pudemos explicar um pouco sobre nossa proposta de pesquisa investigativa e solicitar também, alguns registros de seus relatos durante o diálogo virtual.

Logo o participante entrevistado se dispôs a colaborar com as informações do trabalho e se mostrou muito entusiasmado com a temática fílmica junto à pesquisa. E assim, propomos ao cinéfilo Chiquinho um breve relato sobre suas experiências enquanto espectador no cinema e contasse também, um pouco da videolocadora que manteve por anos em Araguaína.

Para tanto, o participante entrevistado optou por descrever seu depoimento e enviar via e-mail, a fim de organizar um texto que detalhasse melhor essa sua trajetória fílmica, desde o primeiro contato com o espaço cinematográfico até seu empreendimento com a videolocadora na cidade.

Após alguns dias do nosso primeiro contato virtual, Chiquinho então nos encaminhou o relato proposto para a pesquisa investigativa. Para nós foi uma grande surpresa ver a riqueza de detalhes históricos sobre os antigos espaços cinematográficos em Araguaína e também, as referências fílmicas feitas pelo participante durante seu depoimento escrito por e-mail.

No caso, o participante entrevistado já possui um bom tempo de vivência na cidade, o que possibilitou no seu relato alguns detalhes sobre as mudanças ocorridas desde os primeiros locais de exibição fílmica em Araguaína, até o estabelecimento de lojas para locação de filmes e seus respectivos reprodutores convencionais, como o videocassete e o aparelho DVD.

De acordo com Chiquinho, seu primeiro contato com o espaço cinematográfico se deu na década de 70 com o Cine Luz, na época localizado na Avenida Castelo Branco (próximo onde é atualmente a Praça das Bandeiras em Araguaína). E posteriormente com o Cine Natal, localizado na Praça das Nações (que hoje é mais conhecida como Praça São Luis Orione).

Logo, o participante fez também uma ressalva acerca do Cine Natal, que no início dos anos 80 mudou de nome para Cine Orione, visto que o cinema funcionava exatamente ao lado da Igreja Matriz e pertencia a ordem dos orionitas da região. Assim, Chiquinho descreveu um pouco sobre as clientela atendidas por cada cinema em Araguaína e seus catálogos de filmes que eram exibidos nos respectivos espaços cinematográficos:

Naquela época havia também uma nítida divisão no conteúdo exibido nos dois cinemas. No Cine Luz, o foco principal era nos filmes de faroeste ou *western espaguete*, popularmente conhecidos como *Bang Bang*, uma febre da época. Nesse mesmo cinema eram exibidos também os filmes de *Kung Fu*, cujo ídolo da época era o lendário Bruce Lee. As matinês aos domingos eram responsáveis por um fenômeno: longas filas do lado de fora que chegavam à Praça das Bandeiras, isso

porque não cabia muita gente lá dentro e muitas vezes uma sessão quando acabava, a próxima já estava lotada. Enfim, quem quisesse assistir o filme tinha que enfrentar sol ou chuva e esperar a vez, ou desistia. Isso porque só funcionava praticamente aos finais de semana. Era muito concorrido e o público principal era composto basicamente de crianças e jovens, quase que exclusivamente do sexo masculino, raramente se via uma pessoa do sexo feminino, a não ser na companhia de seus respectivos pais ou cônjuges. Acredito que isso se dava devido ao gênero exibido. [...] O Cine Natal, posteriormente Cine Orione, exibia filmes diversos gêneros e origens, como os filmes mais recentes de Hollywood, os nacionais, os europeus e os grandes clássicos do cinema americano e europeu das décadas passadas. Como tinha mais sessões e mais opções de dias na semana, lotava, mas raramente havia filas, a não ser aos domingos e feriados devido à alta procura. (CHIQUINHO, Novembro de 2017).

A partir da fala do participante entrevistado, pudemos notar algumas diferenciações ao recapitular as experiências evidenciadas durante nossa pesquisa-participante no cinema Mobi Cine em Araguaína. Exemplo disso foram os gêneros fílmicos citados no relato de Chiquinho (neste caso, os filmes de Bang Bang e Kung Fu), que já não tem o mesmo destaque em cartaz nas grandes bilheterias das salas de projeção contemporâneas.

Outro detalhe que nos chamou a atenção durante o depoimento do participante, foi sua descrição acerca das grandes filas nos respectivos cinemas da cidade (neste caso, o Cine Luz e o Cine Orione) e a dificuldade de conseguir vagas para as sessões nas salas fílmicas na época. Logo, percebe-se que o acesso ao cinema em Araguaína era bastante disputado pelos públicos espectadores, principalmente por ser uma das poucas opções de lazer e entretenimento para os araguainenses nesse período.

Fazendo um paralelo com a experiência atual com o cinema Mobi Cine, presenciamos um fluxo de frequentadores mais restrito durante as sessões fílmicas. Em vista que, a compra de ingresso hoje pode ser feita também pela Internet de forma antecipada, o que pode evitar grandes aglomerações nas dependências do novo espaço cinematográfico.

Além disso, com o surgimento de outras plataformas virtuais com um vasto acervo de filmes (como no caso da Netflix) e aplicativos de downloads (como no caso dos Torrents), o público cinéfilo atualmente possui mais opções de acesso para o conteúdo fílmico, que pode se diversificar de acordo com as preferências e comodidade de cada espectador.

Vale ressaltar que, a observação mencionada no relato do entrevistado acerca da maior participação do público espectador masculino, durante as sessões fílmicas nos antigos espaços cinematográficos, pode também ser constatada no cinema Mobi Cine. Apesar de que notamos uma quantidade considerável de espectadoras cinéfilas e que fizeram parte de nossa pesquisa-participante.



Dando continuidade a conversação virtual, Chiquinho nos falou um pouco também das primeiras videolocadoras instaladas na época em Araguaína. Para o participante entrevistado, foi a partir daí que começou a idealizar sua participação no ramo de locações fílmicas. Assim, o participante entrevistado descreveu alguns desses empreendimentos na cidade:

Em meados dos anos de 1980, chega à Araguaína, a primeira locadora de filmes para ver em casa, se não me engano isso foi em 1985 e se chamava **O Computador**. A loja, a primeira loja de informática da cidade, alugava o filme e também o aparelho, isso porque eles eram muito caros e muito complicados e acessíveis para poucos. [...] Na mesma época da Loja **O Computador**, foi aberta outra loja que era denominada **Vídeo Clip**, essa só alugava os filmes, não alugava o aparelho. (CHIQUINHO, Novembro de 2017).

De acordo com Chiquinho, nessa época as videolocadoras já comercializavam várias cópias pirateadas dos filmes, principalmente dos lançamentos que eram mais procurados pelo público cinéfilo. Nesse sentido que, os cinemas Cine Luz e Cine Orione começaram a entrar em declínio em Araguaína por conta dessa concorrência de materiais fílmicos.

E foi durante uma dessas visitas nas videolocadoras que Chiquinho decidiu montar seu próprio negócio de locação de filmes na cidade. Segundo o entrevistado, a ideia surgiu a partir de sua preferência por filmes *cults*, algo ainda muito restrito nos acervos fílmicos disponíveis nas videolocadoras da época.

Nesse sentido que, Chiquinho começou a montar seu próprio acervo de filmes para tal futuro empreendimento, com obras mais raras e clássicas voltadas para temáticas sobre artes e cultura. Logo, começava ali uma proposta cinéfila desafiadora e diferenciada de disponibilizar outros conteúdos fílmicos para o público araguanense:

Começava ali uma o embrião de uma ideia que tinha de uma locadora de vídeo. Uma locadora que tivesse um acervo de qualidade, que valorizasse a arte e não só como entretenimento, que fosse menos comercial, que as pessoas gostassem de frequentar, se sentir à vontade para debater sobre os filmes, tipo fazer um **sarau**, e exatamente nessa concepção foi que surgiu a ideia inclusive para o nome da locadora – a **Sarau Áudio e Vídeo**. (CHIQUINHO, novembro de 2017).

Fundada em Novembro de 1993, a Sarau Áudio e Vídeo foi inaugurada inicialmente num pequeno espaço comercial de um posto de gasolina recém-instalado no centro da cidade. Contudo, com o aumento de seus frequentadores no local e maior acervo fílmico disponível, a videolocadora passou a se localizar posteriormente na Avenida José de Brito a partir de 1997, num prédio próprio da família do proprietário.

Neste caso, a videolocadora Sarau passou a contar com mais funcionários para atender o fluxo maior de clientes. E também, por algumas adequações mercadológicas no passar dos anos com os novos formatos de distribuição fílmica (neste caso, com a transição dos filmes em VHS para o formato DVD).

De acordo com Chiquinho, “no início foi complicado, pois o investimento foi alto e os filmes não eram locados, visto que a maioria não tinha os aparelhos leitores de DVD. Mas por volta do ano de 2003, a coisa deu uma acelerada e a locação de DVDs já superava a de fitas cassetes e daí por diante foi só aumentado”. (Novembro de 2017).

A videolocadora Sarau viveu seu auge até o início dos anos 2000. Entretanto, com a popularização e acesso a Internet juntamente com outros serviços de exibição fílmica, o ramo de locação de filmes começou a entrar em declínio também no contexto de Araguaína. Segundo Chiquinho:

Nesse período também, crescia o número de pessoas conectadas pela Internet, apesar da velocidade bem reduzida, mas havia um crescimento e com isso começaram a pirataria via *download* de filmes, o que propiciou o aparecimento dos primeiros filmes piratas em DVD. Pior, antes eles vinham de fora, agora não, muitos copiavam os filmes, copiavam e imprimiam as capas através dos sites das distribuidoras de filmes e espalhavam pelas calçadas da cidade, tudo vendido ao um preço menor que a locação. No início não atrapalhava, mas com o passar de algum tempo, muita gente ansiosa comprava filmes que nem havia chegado às locadoras e aquilo foi se tornando estressante. Eu comprava um filme caro, a um custo que demorava a chegar ao ponto de equilíbrio, isso quando chegava, e logo ninguém já não queria porque já tinha visto. Paralelo a isso, a DirecTV, a Globosat e a Sky cresciam de uma forma surpreendente, causando prejuízos para as locadoras. Já não havia mais margens para manobra, tampouco criatividade para burlar os problemas e voltar a ter lucro, só prejuízo. (CHIQUINHO, novembro de 2017).

Nesse tocante que, o entrevistado menciona esse prejuízo também em outras empresas do ramo de locação fílmica instaladas na cidade. De acordo com Chiquinho, tais proprietários das videolocadoras em Araguaína buscaram novas estratégias mercadológicas, a fim de tentar recuperar sua clientela cinéfila. Para tanto, esses empreendimentos passaram a comercializar outros produtos além do material cinematográfico, como alguns gêneros alimentícios (lanches e bebidas) e também, a locação de jogos para videogames.

Mesmo assim, as principais de videolocadoras em Araguaína não resistiram a tamanho prejuízo e acabaram por encerrar suas atividades. Segundo Chiquinho, a *Sarau Áudio e Vídeo* teve que também fechar suas portas, por conta dessas mudanças de consumo cinematográfico por parte do público cinéfilo. Contudo, outras problemáticas surgiram após anunciar o então fechamento de sua empresa de locação fílmica:

As poucas locações eram para amigos restritos e poucos conhecidos. Já não abria mais cadastros, já não tinha nenhuma motivação, nem mesmo para assistir meus filmes prediletos. Já não comprava mais, porém as dívidas estavam lá, as distribuidoras cobrando, eu negociando, com elas e com os clientes. Esses, muitos, mas muitos mesmo, ao saber que eu ia fechar, deixaram de devolver os filmes, era um prejuízo duplo, ficava sem receber pela locação e ainda ficava sem o filme. Era desanimador! Dia 17 de agosto de 2009, quase 16 anos depois de aberta, eu encerrava as atividades. (CHIQUINHO, novembro de 2017).

E logo, notamos um discurso mais melancólico a partir do relato feito por Chiquinho. No caso, a Sarau videolocadora para o entrevistado era mais do que um negócio que teve seu período de auge antes dessas mudanças no mercado de distribuição cinematográfica, mas um gosto cinéfilo que permitiu ao proprietário criar uma boa relação com sua respectiva clientela, formada muitas vezes por alunos e professores da região.

De acordo com Chiquinho, “muitos dos filmes no acervo, eram de filmes importantes para compreensão da arte, do ser humano, da sociedade, principalmente de documentários e filmes de conteúdos históricos”. (Novembro de 2017).

De fato, isso atraía bastante os espectadores mais aficionados por tais gêneros fílmicos. Em vista que, muito desses filmes eram bem raros de serem encontrados em outras locadoras convencionais na cidade. Além disso, o participante entrevistado ressaltou um pouco sobre os perfis dos clientes frequentadores da antiga videolocadora Sarau, que em grande parte “eram de pessoas com elevado poder de consumo, porém nem todos eram consumidores de arte, e sim de mais entretenimento do produto fílmico” (CHIQUINHO, novembro de 2017).

Após o fechamento da videolocadora Sarau, Chiquinho começou a ter uma perspectiva diferente acerca do mercado e acesso cinematográfico:

Hoje, além das TVs por assinatura, existem outras tecnologias que impedem que as locadoras voltem a ser como antes, como a Netflix e os aplicativos dos grandes estúdios de cinema que agora estão disponibilizando seus conteúdos para os consumidores diretamente. Outra característica importante é que as salas de cinemas, apesar de terem dimensões muito inferiores que as antigas, estão se espalhando pelo país inteiro, inclusive em cidades que nunca tiveram cinema. Isso muda muito o comportamento do consumidor, isso está contribuindo também para esse cenário. (FA CHIQUINHO, novembro de 2017).

A partir do relato feito pelo participante Chiquinho, pudemos compreender de como essas novas plataformas tecnológicas de acesso fílmico declinaram o ramo de locação fílmica na cidade.

De fato, com a popularidade facilitadora dos serviços de *streaming* como a Netflix atualmente e, a modernização dos espaços fílmicos em Araguaína como ocorreu nas novas

instalações do Mobi Cine no Neblina Shopping, dificultaram o prolongamento das locadoras na cidade. Nesse sentido que o participante faz uma crítica também a esses novos meios de entretenimento, que acabaram descaracterizando cinema como objeto artístico:

A parte negativa disso tudo é que o cinema perdeu muito em qualidade em termos de arte. Agora é praticamente só entretenimento. Valoriza-se muito o cinema como indústria, priorizando sequências para os filmes de sucesso, tanto que já não escondem o apelo comercial e os denominam de franquias, o que considero absurdo. Quase já não vou ao cinema, às vezes só quando viajo e saio à procura de algum cinema que costuma exibir filmes com menos apelo comercial, mas são raros, quase inexistentes.

Nesse tocante mencionado por Chiquinho que evidenciamos durante nossa pesquisa-participante principalmente no Mobi Cine de como o material fílmico é assimilado pelos espectadores na atualidade. De fato, Chiquinho vivenciou uma época em que o cinema tinha essa áurea mais voltada para o senso artístico e intelectual.

Para tanto, isso o influenciou ao montar sua videolocadora na cidade com filmes mais raros para o público que frequentavam o cinema, um acervo que continha outras opções das que passavam nas telas fílmicas. Com o tempo, o cinema enquanto objeto artístico passou a ser compreendido pelo público mais como produto de consumo e entretenimento.

Isso se evidencia mais no público recente que presenciamos durante as sessões do Mobi Cine, onde não só se paga o bilhete de entrada para a sala fílmica, mas também, o cinéfilo acaba consumindo outras formas e referências de determinado personagem exibidos nas telas.

A popularização das franquias cinematográficas é um fenômeno contemporâneo dessa geração cinéfila que não se preocupa tanto com as questões estéticas e narrativas que os filmes possuem em sua construção audiovisual. Onde visa mais a questão mercadológica do cinema em que um filme é considerado publicamente bom ou ruim a partir de seus níveis de audiência.

Para pessoas como o Chiquinho, isso foi desanimador financeiramente com sua extinta videolocadora e pessoalmente, como um espectador de filmes mais voltados para o senso artístico e estético, e que são bem mais raro de serem exibidos nos catálogos de bilheteria.

Por fim, pudemos compreender a perspectiva do participante Chiquinho, que culturalmente contribuiu e muito para Araguaína, dando uma opção a mais para os cinéfilos aficionados por filmes fora do eixo hollywoodiano.

A Sarau Áudio e Video foi o point de muitos araguainenses durante alguns anos e infelizmente não suportou as mudanças drásticas das novas formas de distribuição fílmica. A ilegalidade dos filmes piratas contribuiu ainda mais para o declínio de estabelecimentos como o do Chiquinho, mas que deixou um legado nostálgico para os fãs de cinema de vários gêneros.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante todo o percurso deste trabalho, pudemos compreender um pouco acerca desse processo de recepção cinematográfica no contexto de uma cidade como Araguaína – TO. Que até antes, não tínhamos uma noção evidente acerca dos públicos e suas preferências diferenciadas de acordo com espaço fílmico que tinham acesso.

Desse modo, fomos a campo no intuito de vivenciar essas experiências receptivas nos respectivos locais de acesso aos filmes. No caso, ir ao cinema Mobi Cine e também aos encontros do Cineclube na UFT tornaram-se práticas cotidianas para nós, movidas pelo gosto e pelas inquietações que permeiam a problematidade das percepções de cada espectador.

De fato, nossa relação com o cinema começou muito cedo, antes mesmo do ato de fazer este trabalho investigativo. Enquanto espectador, tínhamos algumas impressões prévias acerca de como as pessoas viam os filmes, ao ponto de se familiarizar ou renegar determinado conteúdo fílmico.

Contudo, durante nossas visitas a esses espaços cinematográficos pudemos ter um olhar além da perspectiva individualizada. Neste caso, passamos a ouvir mais nossos companheiros de plateia, entender suas preferências e críticas. Logo, revemos até alguns conceitos que tínhamos acerca de certos filmes, muitas vezes estereotipados por essa visão de legitimar determinados gostos considerados como bons ou ruins.

Para nós, a pesquisa-participante teve também seu papel humanizador nas questões de compreender o olhar do outro sobre o mesmo material fílmico. De fato, estão presentes ali no público pessoas completamente diferentes uma das outras, cada qual com um contexto e suas experiências com cinema.

Nesse sentido que relatando essas falas nos permitiu incorporar outro discurso a partir das diferentes recepções e mediações em que somos interpelados para criar algum tipo de afinidade com tal material fílmico. Sempre tivemos esse gosto pelo cinema, mas com a pesquisa-participante sentimos uma efetividade em compartilhar nossas expectativas com outros cinéfilos como nós.

Pudemos partilhar informações como no caso do participante Chiquinho, com quem pudemos evidenciar relatos históricos interessantes sobre o cinema em Araguaína. Perceber como era antes e tentar compreender o que o meio cinematográfico se tornou hoje a partir das

mudanças que ocorreram, desde as novas tecnologias para acesso fílmico até as mudanças no hábito de assistir e interagir com os filmes nas telas.

Mencionar também a questão das videolocadoras foi nostálgico para nós, pois foram nesses estabelecimentos que tivemos nossos primeiros contatos com filmes que ainda não estavam disponibilizados na televisão.

O processo de locação de filmes e visitar as prateleiras de uma videolocadora até uns tempos atrás era um vislumbre de qualquer criança ou adolescente da nossa época. Infelizmente esse ramo foi se perdendo com o passar dos anos, mas outras ferramentas surgiram também para facilitar nosso acesso a conteúdos fílmicos até então inacessíveis para um cinéfilo em Araguaína.

O próprio uso da Internet para *download* via Torrent e vídeos online fizeram parte do nosso processo de frequência domiciliar com o material cinematográfico. Conhecemos desde os filmes clássicos até os lançamentos recém-exibidos nas salas fílmicas.

Observar essa dinâmica do mercado cinematográfico atualmente é tentar compreender como os filmes vem sendo distribuídos em diversas plataformas de acesso. Nesse sentido que pensamos nossa pesquisa investigativa no contexto de Araguaína para compreender quem são esses espectadores numa cidade que só dispõe de um único cinema para sua clientela.

Além do mais, tentar identificar os perfis de sujeitos que frequentam esses espaços de projeção fílmica. No caso do cinema Mobi Cine, suas novas instalações no Neblina Shopping já evidenciam que tipo de público se espera nas sessões fílmica.

A localidade do cinema de alguma forma interfere no acesso ou no distanciamento dos públicos frequentadores desses espaços fílmicos. Ao deslocar para uma região mais afastada, a franquia evidencia a que público se direciona o contato fílmico.

Mesmo com a opção gratuita do cineclube na UFT, alguns espectadores ainda não tem o conhecimento dos espaços cinematográficos disponíveis em sua própria cidade. Logo, esses locais de projeção fílmicas são ocupados por públicos bem específicos, onde é legitimado o pertencimento de apenas uma parcela da população araguainense.

Durante nossa pesquisa no espaço Mobi Cine pudemos evidenciar um pouco disso, a quantidade de espectadores negros nas sessões fílmicas era bem restrita no local, comparada com a grande maioria de frequentadores brancos e do sexo masculino, caracteristicamente da classe média social.

Outro fator que nos chamou a atenção no período de frequência no cinema foram os critérios utilizados pela franquia para disponibilizar determinados filmes em cartaz. Visto que, presenciamos exibições que duraram poucos dias e outras que se prolongaram por meses no catálogo de filmes.

Nesse sentido que começamos a questionar se o mercado cinematográfico realmente está preocupado com as preferências do público espectador ou, se essas supostas preferências são direcionadas pela própria indústria audiovisual, que dissemina imagens e sons para que o público compre a ideia a partir do material fílmico.

Esse assunto foi até mencionado na fala de um de nossos entrevistados, que vivenciou o percurso do cinema na cidade, desde a década de 70 até os dias de hoje. De fato, o cinema vem sendo concebido mais como um produto mercadológico e menos como um acesso à arte e a cultura para a população.

Nesse sentido que observamos essas mudanças no consumo e nos espaços fílmicos da cidade. Até antes, Araguaína não dispunha de muitas opções de entretenimento para seus habitantes. Com a popularização do cinema e de outros meios de acesso fílmico, assistir um filme se tornou uma das práticas recorrentes entre os araguainenses.



## REFERÊNCIAS

- BAMBA, Mahomed. *Introdução – estudos de recepção e da espectralidade cinematográfica: da teoria aos estudos de caso*. In: BAMBA, Mahomed. (Org.). **A recepção cinematográfica: teoria e estudos de casos**. Salvador: EDUFBA, 2013. p.07-18.
- BAMBA, Mahomed. *Teoria da recepção cinematográfica ou teorias da espectralidade fílmica?*. In: BAMBA, Mahomed. (Org.). **A recepção cinematográfica: teoria e estudos de casos**. Salvador: EDUFBA, 2013. p.19-66.
- BAULER, Paulo. Capítulo 2 – Os muitos modos de ler. In: YUNES, Eliana. **Leitura pelo olhar do cinema**. São Paulo: Editora Reflexão, 2013. p. 15-62.
- BENJAMIN, Walter. Capítulo 14 – A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 165-196.
- BERNARDET, Jean-Claude. Capítulo 1 – A arte do real. In: **O que é cinema**. São Paulo: Brasiliense, 2000. p. 05-08.
- BLADE Runner 2049**. Direção: Denis Villeneuve. Produção: Warner Bros., 16:14 Entertainment, Alcon Entertainment, Columbia Pictures, Scott Free Productions, Stereo D, Thunderbird Films, Torridon Films. Estados Unidos, 2017. 164 min.
- BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Tradução de Mariza Corrêa. 9. ed. Campinas, SP: Papyrus, 1996.
- CANCLINI, Néstor García. **Cultura sem fronteiras**. Caderno de Leitura. 2004. Entrevista concedida a Reynaldo Damazio. Disponível em: <[http://www.edusp.com.br/cadleitura/cadleitura\\_0802\\_8.asp](http://www.edusp.com.br/cadleitura/cadleitura_0802_8.asp)>. Acesso em: 12 set. 2016.
- CAPELLER, Ivan. **A pátina do filme – da reprodução cinematográfica do tempo à representação cinematográfica da história**. In: Revista Matrizes. Ano 3, nº 1. São Paulo: Matrizes, 2009. p. 213-229.
- CAPUZZO, Heitor. Capítulo 1 – Prólogo e Capítulo 5 – A necessidade do sonho. In: **Cinema: a aventura do sonho**. São Paulo: Editora Nacional, 1986. p. 11-14 e p. 39-43.
- COSTA, Felipe Cruz. **A pirataria e o declínio de mercado de vídeo locação**. 2007. 34 p. Monografia (Bacharel em Comunicação Social com habilitação em publicidade e propaganda). Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Brasília, 2007.
- COSTA, Maria Helena Braga e Vaz da. **A cena espetacular: cinema e arquitetura urbana na contemporaneidade**. ArtCultura, Uberlândia, v. 13, n. 23, p. 155-165, jul./ dez. 2011.
- CURI, Pedro. *Fan arts, fan fics e fan films: o consumo dos fãs e a criação de uma nova cultura*. In: BAMBA, Mahomed. (Org.). **A recepção cinematográfica: teoria e estudos de casos**. Salvador: EDUFBA, 2013. p. 209-227.

DANTAS, José Guibson Delgado. **Teoria das mediações culturais: uma proposta de Jesús Martín-Barbero para o estudo de recepção.** In: *X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*. São Luis, 2008.

FERRO, Marc. Capítulo XI – O filme: uma contra-análise da sociedade? In: **Cinema e história**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992. p. 79-116.

FONSECA, Mirna Juliana Santos. **Cineclube como espaço não formal de educação na universidade.** In: *Revista do Programa de Pós Graduação Profissional em Gestão e Avaliação da Educação Pública*. v. 6, n. 2, 2016. p. 49-65.

GOMES, Itania Maria Mota. **Efeito e recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media.** Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.

GOMES, Jochen Mass Xavier. **Cinematografando o consumo: as narrativas e práticas culturais dos clientes de videolocadoras de Natal (RN).** 2005. 111 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional; Cultura e Representações) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2005.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. **La autonomía relativa de la audiencia: implicaciones metodológicas para el análisis de la recepción.** In: BARBA, Cecilia Cervantes; RUIZ, Enrique E. Sánchez. *Investigar la Comunicación: propuestas iberoamericanas*. México: Doble Luna Editores, 1994. p. 183-195.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. **O telespectador frente à televisão: uma exploração do processo de recepção televisiva.** In: *Communicare: revista de pesquisa / Centro Interdisciplinar de Pesquisa*. v. 5, nº 1. São Paulo: Cásper Libero, 2005, p. 27-42.

GROHMANN, Rafael do Nascimento. **O receptor como produtor de sentido: estudos culturais, mediações e limitações.** In: *Revista Anagrama – Revista Interdisciplinar da Graduação*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2009.

GUEDES, Olga Maria Ribeiro. **O conceito marxista de ideologia nos estudos de mídia britânicos.** *Revista Famecos*, Porto Alegre, n. 5, p. 35-43, nov. 1996.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais.** Tradução de Adelaide La Guardia Resende et al. Belo Horizonte, MG: UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

HALL, Stuart. **Encoding and Decoding in the Television Discourse.** Centre for Cultural Studies, University of Birmingham, CCS Stenciled Paperno, v. 7, 1973.

**HOMEM Aranha: De Volta ao Lar.** Direção: Jon Watt. Produção: Kevin Feige, Amy Pascal. Roteiro: Stan Lee, Steve Ditko, Jonathan M. Goldstein, John Francis Daley. Estados Unidos, 2017. 133min.

**IT: A Coisa.** Direção: Andy Muschietti. Produção: Barbara Muschietti, Dan Lin, David Katzenberg, Roy Lee, Seth Grahame-Smith. Estados Unidos, 2017. 135min.

JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

JACKS, Nilda; MENEZES, Daiane Boelhouver. **Estudo de recepção e identidade cultural: abordagens brasileiras na década de 90. 2006**.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

LEITE, Sidney Ferreira. 1ª Parte. In: **O cinema manipula a realidade?**. São Paulo: Paulus, 2003. p. 05-31.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Uma metodologia para a pesquisa das mediações**. In: *Coletânea Mídias e Recepção/2000*. São Leopoldo: UNISINOS/COMPÓS, 2000. p. 119-139.

**MÃE!**. Direção: Darren Aronofsky. Produção: Ari Handel, Scott Franklin. Estados Unidos, 2017. 115min.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social**. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones**. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Oficio de cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación em la cultura**. México: Fondo de cultura económica, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Pistas para entre-ver meios e mediações. **Dos meios às mediações - Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. Prefácio à 5ª edição castelhana incluída na reimpressão.

MONTORO, Tania. *Estudos da recepção do audiovisual na interface com estudos de gênero e crítica feminista*. In: BAMBÁ, Mahomed. (Org.). **A recepção cinematográfica: teoria e estudos de casos**. Salvador: EDUFBA, 2013. p.67-84.

**MULHER Maravilha**. Direção: Patty Jenkins. Produção: Zack Snyder, Charles Roven, Deborah Snyder, Richard Suckle. Estados Unidos, 2017. 141min.

NEVES, Kellen Cristina Marçal de Castro. **Cinema: a modernidade e suas formas de entretenimento**. In: Fênix - Revista de História e Estudos Culturais. v. 3, ano 3, nº 4. São Paulo: Revista Fênix, 2006.

NUNES, Ana Paula. *Um estudo sobre os efeitos visados e produzidos na recepção do fenômeno Tropa de Elite*. In: BAMBÁ, Mahomed. (Org.). **A recepção cinematográfica: teoria e estudos de casos**. Salvador: EDUFBA, 2013. p.155- 180.

SILVA, Dafne Pedroso; BONIN, Jiane Adriana. *A recepção de cinema nas mostras itinerantes organizadas pelo Cineclube Lanterninha Aurélio*. In: BAMBÁ, Mahomed. (Org.). **A recepção cinematográfica: teoria e estudos de casos**. Salvador: EDUFBA, 2013. p.131-156.

SILVA, Luciano Ferreira; LOPES, Meire dos Santos; OLIVEIRA, Paulo Sérgio Gonçalves. **A mudança no mercado de videolocadoras sob a perspectiva da ecologia das populações organizacionais**. Revista Ciência Sociais em Perspectiva, Cascavel, v. 12, n. 22, jun. 2013. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/ccsaemperspectiva/article/view/7755/>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

SILVA, Roseli Pereira. **Cinema e Educação**. São Paulo: Cortez, 2007.

STAM, Robert. Capítulo 11 – O culto ao autor. In: **Introdução à teoria do cinema**. Campinas, SP: Papirus, 2003. p. 102-111.

TARKOVSKI, Andrei. Capítulo 1 – O início e Capítulo 4 – Vocação e destino do cinema. In: **Esculpir o tempo**. São Paulo: Martins Fontes, 2010. p. 11-37 e p. 95-121.

**THOR: Ragnarok**. Direção: Taika Waititi. Produção: Kevin Feige, Victoria Alonso, Louis D'Esposito, Stan Lee, Thomas M. Hammel, Brad Winderbaum. Estados Unidos, 2017. 130min.

TONDATO, Márcia Perencin. **A recepção da programação de televisão: retrato da realidade x negociação de sentido**. In: *Communicare: revista de pesquisa / Centro Interdisciplinar de Pesquisa*. v. 5, nº 1. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2005. p. 145-158.

WHITE, Robert A. **Recepção: a abordagem dos estudos culturais**. In: *Communication Research Trends*. Saint Louis University, v. 14, n. 3, 1994. p. 3-13.

WOTRICH, Laura; SILVA, Renata C. da; RONSINI, Veneza M. **A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero no estudo de recepção da telenovela**. In: *XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom*. Curitiba: Universidade Positivo, 2009.

YUNES, Eliana. Capítulo 1 – Quando ler é não ler (e vice versa). In: YUNES, Eliana. **Leitura pelo olhar do cinema**. São Paulo: Editora Reflexão, 2013. p. 09-14.

## APÊNDICES

### APÊNDICE I – TABELA DE FILMES EM CARTAZ DURANTE O PERÍODO DE OBSERVAÇÃO NA PESQUISA-PARTICIPANTE NO CINEMA MOBI CINE

#### FILMES EM CARTAZ NO MÊS DE AGOSTO

<b>Filmes em cartaz:</b>	<b>Data de estreia:</b>
<b>Homem-Aranha: de volta ao lar</b>	06/07/2017
<b>Transformers: o último cavaleiro</b>	20/07/2017
<b>Planeta dos macacos: a guerra</b>	03/08/2017
<b>Valerian e a cidade de mil planetas</b>	10/08/2017
<b>Anabelle 2: a criação do mal</b>	17/08/2017
<b>A torre negra</b>	24/08/2017
<b>Bingo – O rei das Manhãs</b>	24/08/2017

#### FILMES EM CARTAZ NO MÊS DE SETEMBRO

<b>Filmes em cartaz:</b>	<b>Data de estreia:</b>
<b>Atômica</b>	31/08/2017
<b>Emoji: o filme</b>	31/08/2017

Os guardiões	31/08/2017
Lino: uma aventura de sete vidas	07/09/2017
<b>Polícia federal: a lei é para todos</b>	07/09/2017
<b>Em defesa de Cristo</b>	14/09/2017
<b>Divórcio: até que o amor exploda</b>	21/09/2017
<b>Mãe!</b>	21/09/2017

### FILMES EM CARTAZ NO MÊS DE OUTUBRO

<b>Filmes em cartaz:</b>	<b>Data de estreia:</b>
<b>Kingsman e o círculo dourado</b>	28/09/2017
<b>Lego ninjago: o filme</b>	28/09/2017
<b>Sono mortal</b>	28/09/2017
<b>Blade Runner 2049</b>	05/10/2017
<b>A morte te dá parabéns</b>	12/10/2017
<b>As aventuras de capitão cueca – o filme</b>	12/10/2017
<b>Tempestade: planeta em fúria</b>	19/10/2017
<b>Além da morte</b>	19/10/2017

---

---

**FILMES EM CARTAZ NO MÊS DE NOVEMBRO****Filmes em cartaz:****Data de estreia:****Thor: Ragnarok**

26/10/2017

**Depois daquela montanha**

02/11/2017

**Liga da justiça**

15/11/2017

**Pai em dose dupla**

23/11/2017

**Jogos mortais: jigsaw**

30/11/2017

**Os parças**

30/11/2017

## ANEXOS

### ANEXO I – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA: ESPECTADOR 1 (AGOSTO /2017)

**Nome: K.S.C. Idade: 25 anos. Profissão: Estudante.**

**PQ:** Questão 1 – Você gostou do filme exibido no cinema? E, quais outros tipos de filmes e gêneros você costuma assistir também?

**EN<sup>1</sup>:** Gostei bastante, gosto de filmes de ficção científica, mas não tento me prender em gêneros, acredito que da pra perceber se um filme é bom em poucas cenas, é o que vai fazer você decidir se vai continuar assistindo ou não. Meus preferidos Inception, Vanilla sky, Chappie, O auto da Compadecida, Efeito Borboleta, Breakfast Club. Enfim, não há como priorizar um gênero, ou um filme, seria injusto, mas se fosse pra comentar todos, levaria horas e horas [...].

**PQ:** Questão 2 – Quais experiências, sensações e interpretações você conseguiu assimilar diante do filme assistido?

**EN<sup>1</sup>:** A maioria dos filmes de hoje em dia se prendem nos efeitos especiais devido a tecnologia 3d, o que somado a um bom roteiro traz uma sensação agradável, sempre tive uma mente criativa desde pequeno, assistia filmes e desenhos e no fim imaginava continuações para as histórias, criava novos personagens, e outras situações, me colocava como protagonista, acho que os filmes, desenhos, foram bons responsáveis no desenvolvimento da personalidade que tenho.

**PQ:** Questão 3 – Que tipo de diferenças você percebe ao assistir um filme nas salas de projeção? Relate um pouco da sua vivência com cinema.

**EN<sup>1</sup>:** O cinema trás a vantagem dos Filmes novos, de um ambiente único, projetado pra uma experiência diferenciada, confortável é muito gratificante ir num cinema, assistir um filme, seja ele novo, ou uma continuação de um filme que você gosta muito, com uma qualidade visual e sonora agradável, são experiências interessantes pra sair da zona de conforto, afugentar o estresse.



**ANEXO II - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA: ESPECTADORA 2 (AGOSTO 2017)**

**Nome: C.A.B. Idade: 22 anos. Profissão: Auxiliar Financeiro**

**PQ:** Questão 1 – Você gostou do filme exibido no cinema? E, quais outros tipos de filmes e gêneros você costuma assistir também?

**EN<sup>2</sup>:** Gostei muito de Mulher Maravilha, sou apaixonado por super-heróis, isso vem desde criança, além desde estarei ansiosamente presente no próximo de Herói que é Liga da Justiça e Thor: Ragnarok.

**PQ:** Questão 2 – Quais experiências, sensações e interpretações você conseguiu assimilar diante do filme assistido?

**EN<sup>2</sup>:** Nostalgia, emoção e encanto pela personagem que eu tinha conhecido apenas pela TV e quadrinhos, eu contava os dias pela estreia, porque precisava ter certeza que aquele filme iria fazer jus a uma personagem que amo pelo fato de representar essa força feminina e surgir da mitologia grega que amo muito também.

**PQ:** Questão 3 – Que tipo de diferenças você percebe ao assistir um filme nas salas de projeção? Relate um pouco da sua vivência com cinema.

**EN<sup>2</sup>:** O cinema tudo fica mais bacana, porque você se junta com outras pessoas que gostam do mesmo filme que você, eu particularmente antes de assistir qualquer filme quero entender o enredo e claro os atores que vão interpretar aqueles personagens, não chego e compro o ingresso porque fulano falou, quero saber o que vou assistir: a iluminação, o cheiro de pipoca e o próprio silêncio completa a minha êxtase de está ali, e claro uma boa companhia para depois discutimos tudo no filme.

### **ANEXO III - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA: ESPECTADORA 3 (SETEMBRO/2017)**

**Nome: E.C.G. Idade: 24 anos. Profissão: Acadêmica**

**PQ:** Questão 1 – Você gostou do filme exibido no cinema? E, quais outros tipos de filmes e gêneros você costuma assistir também?

**EN<sup>3</sup>:** O filme me deixou extremamente desconfortável principalmente por ser em primeira pessoa. A câmera na cabeça da “Mother” me deixou assim. A quase ausência de trilha sonora também me deixou agoniada. Eu senti vergonha e agonia como se a côa fosse minha e no momento que eu percebi as referências, cada pessoa que entrava e destruía a casa, era muito agonizante!

**PQ:** Questão 2 – Quais experiências, sensações e interpretações você conseguiu assimilar diante do filme assistido?

**EN<sup>3</sup>:** Eu adoro filmes assim. Eu prefiro assistir filmes que me causem algo. Algo em que eu possa pensar ou até sentir mesmo. Inclusive, adoro filmes de terror pela sensação! Sobre referências, percebi algumas relações bíblicas óbvias, mas achei o filme tão original que em poucas partes percebi as similaridades com outros no segmento.

**PQ:** Questão 3 – Que tipo de diferenças você percebe ao assistir um filme nas salas de projeção? Relate um pouco da sua vivência com cinema.

**EN<sup>3</sup>:** Em casa eu não ficaria assim. Até porque quando os efeitos sonoros aparecem é mais interessante no cinema esses sons de explosão, etc.

## **ANEXO IV - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA: ESPECTADOR 4 (OUTUBRO/2017)**

**Nome: W.S.S. Idade: 27 anos. Profissão: Funcionário Público Estadual**

**PQ:** Questão 1 – Você gostou do filme exibido no cinema? E, quais outros tipos de filmes e gêneros você costuma assistir também?

**EN:** Gostei bastante de IT, um filme que segue as convenções clássicas do gênero, mas adiciona o inesperado elemento cômico que funciona muito bem na dinâmica dos personagens, ajudando inclusive a desenvolver o arco dramático através do humor. O terror não é meu gênero favorito, sempre procuro saber o que a crítica especializada publica sobre um filme de terror antes de escolher vê-lo no cinema. Costumo ver muita ficção científica, meu gênero favorito, mas não dispenso o drama, o suspense e a aventura. Gosto menos da comédia como gênero e mais como elemento dentro de outro gênero, como no caso de IT.

**PQ:** Questão 2 – Quais experiências, sensações e interpretações você conseguiu assimilar diante do filme assistido?

**EN:** Nostalgia é uma boa palavra para definir minha experiência com o IT, a ambientação do longo é extremamente bem sucedida em recriar o clima dos anos 80. Sobre sensações, diria que o medo é a sensação mais forte. Não é um terror de sustos, mas um terror do tipo psicológico, aquele em que o medo não salta na sua cara, apenas aparece soturnamente e faz você querer parar de olhar. Minha interpretação é que IT é uma obra sobre os traumas da infância e sobre bullying em suas entrelinhas. Vejo o palhaço Pennywise como uma encarnação dos demônios da infância e lidar com isso faz parte do crescimento, da transição do fim da infância, como ocorre com os personagens.

**PQ:** Questão 3 – Que tipo de diferenças você percebe ao assistir um filme nas salas de projeção? Relate um pouco da sua vivência com cinema.

**EN:** Assistir um filme numa sala de cinema é a experiência cinematográfica mais completa que podemos ter hoje, com a atual tecnologia. Talvez no futuro os óculos de realidade virtual tomem o lugar da sala de cinema como melhor meio de ver filmes, mas até lá nenhuma TV, por mais polegadas que tenha, alcança o nível de detalhes de som e imagem que uma boa sala. Existe ainda a questão social, ir ao cinema continua sendo uma grande forma de interação social. Minha vivência com o cinema é longa. Minha paixão por filmes começou na adolescência, quando meu pai comprou nosso primeiro aparelho de videocassete e eu comecei a frequentar videolocadoras. Logo depois vieram as salas de cinemas, os Torrents e a Netflix, então o cinema é algo que sempre está a meu alcance.

**ANEXO V - TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA: ESPECTADORA 5 (NOVEMBRO/2017)****Nome: J.L.N. Idade: 25 anos. Profissão: Professora de Português**

**PQ:** Questão 1 – Você gostou do filme exibido no cinema? E, quais outros tipos de filmes e gêneros você costuma assistir também?

**EN:** Sim é um filme interessante, mesmo não assistindo o 1º Blade Runner muita coisa foi bem atrativa, inclusive a temática futurística, há diversas referências não apenas com o primeiro filme, mas com outros do mesmo segmento, como o Her, e séries como Doctor Who. Visualmente, o filme é bem trabalhado, os efeitos não são incríveis. Algumas partes se arrastaram muito, o que aumentou a aflição de alguns momentos decisivos, mas isso não anula a maior parte que foi muito boa. Assistio outros filmes com temas de ficção científica filmes baseados em HQs e livros, entre comédias e os famosos pastelões da sessão da tarde.

**PQ:** Questão 2 – Quais experiências, sensações e interpretações você conseguiu assimilar diante do filme assistido?

**EN:** São múltiplas sensações, a construção das memórias me pareceram ser apresentadas não apenas na trama, mas muitas vezes o visual do filme. A tecnologia e sua interação com o humano, o questionamento da inteligência artificial e sua interação com humanos e replicantes. O humano como criador de uma replica (com sua imagem e semelhança) e seus conflitos com a destruição da mesma, o poder de decidir o que eles pensam, ou que memórias devem ter, aparentemente criando uma alusão de que durante gerações acreditamos ser criaturas, o que pode não ser real, porém o inegável é que evoluímos, do mesmo modo que aquilo que criamos também evoluiu. O mais interessante é pensar que mesmo com tanto “avanço” os problemas sociais sempre existirão.

**PQ:** Questão 3 – Que tipo de diferenças você percebe ao assistir um filme nas salas de projeção? Relate um pouco da sua vivência com cinema.

**EN:** A sensação de assistir um filme no cinema é diferente de assistir na sua casa, seja pelo celular ou computador. É um ambiente que te convida pra assistir uma surpresa, você não sabe se vai gostar ou não, mesmo que seja algo apresentado num tema que te atrai. A sala escura, a tela imensa e o som proporcionam uma sensação mais intensa. (desde que as pessoas no ambiente colaborem também.) Cinema antes me lembrava amigos pra chamar e assistir, dividir as sensações, mas agora é algo mais individual (interpretações nem sempre precisam ser discutidas.). Em questão de valores, assistir em casa é legal porque a economia é maior, e às vezes no meu caso, sair, significa ver pessoas sem senso que não contribuem pra viagem que é assistir o filme (É aquela coisa do ônibus, você não sabe quem vai sentar do seu lado).

## **ANEXO VI – TRANSCRIÇÃO DO DEPOIMENTO: EX-VIDEOLOCADOR EM ARAGUAÍNA-TO (DEZEMBRO/2017)**

**Nome: Chiquinho Idade: 43 anos. Profissão: Autônomo**

Minhas primeiras experiências com cinema foi no final dos anos 70, mas precisamente em 1977, ano em que cheguei à cidade de Araguaína. Antes, apesar de já residir no município, no entanto, não morava na cidade e sim na zona rural com os meus pais. Em janeiro de 1977, meu pai mandou-me para morar na casa de um primo seu, pois tinha que estudar. Naquela época, Araguaína era muito precária em quase tudo, havia poucas opções de lazer, e uma das poucas opções era duas salas de cinemas que existiam na cidade, o Cine Luz localizado na av. Castelo Branco, próximo à Praça das Bandeiras (o prédio existe até hoje e nunca foi demolido, apenas adaptado para estabelecimento comercial), e o Cine Natal, esse localizado na atual Praça São Luis Orione, ao lado da Igreja Matriz, exatamente onde está o prédio da Católica Dom Orione. Aliás, no início dos anos de 1980, esse cinema mudou de nome para Cine Orione, isso porque o prédio pertencia aos Orionitas.

Naquela época havia também uma nítida divisão no conteúdo exibido nos dois cinemas. No Cine Luz, o foco principal era nos filmes de faroeste ou “western espaguete”, popularmente conhecidos como “Bang Bang”, uma febre da época. Nesse mesmo cinema eram exibidos também os filmes de “kung fu”, cujo ídolo da época era o lendário Bruce Lee. As matinês aos domingos eram responsáveis por um fenômeno: longas filas do lado de fora que chegavam à Praça das Bandeiras, isso porque não cabia muita gente lá dentro e muitas vezes uma sessão quando acabava, a próxima já estava lotada. Enfim, quem quisesse assistir o filme tinha que enfrentar sol ou chuva e esperar a vez, ou desistia. Isso porque só funcionava praticamente aos finais de semana. Era muito concorrido e o público principal era composto basicamente de crianças e jovens, quase que exclusivamente do sexo masculino, raramente se via uma pessoa do sexo feminino, a não ser na companhia de seus respectivos pais ou cônjuges. Acredito que isso se dava devido ao gênero exibido.

O Cine Natal, posteriormente Cine Orione, exibia filmes diversos gêneros e origens, como os filmes mais recentes de Hollywood, os nacionais, os europeus e os grandes clássicos do cinema americano e europeu das décadas passadas. Como tinha mais sessões e mais

opções de dias na semana, lotava, mas raramente havia filas, a não ser aos domingos e feriados devido a alta procura.

Nessa época, ainda não havia despertado a curiosidade pelo cinema. Quando ia à missa com meus parentes, ficava impressionado com aquelas aglomerações na porta do Cine Natal e não sabia direito o que era aquilo, mas ficava cada vez mais curioso. Nessa mesma época, tudo para mim era novidade, era um mundo de coisas novas e deslumbrantes que não tinha lá na zona rural, lá era diferente, era contato diário com a natureza e com a vida do campo, e só. A ida à igreja, despertou outro mundo. Na Praça São Luis Orione, na época Praça das Nações, havia uma banca de revistas voltada para dentro da praça e de costas para a igreja matriz. Não tinha muito tempo para ver o que havia lá, eu achava que eram livros, mas não tinha tempo de verificar porque meus parentes saiam da missa e não deixavam eu ficar para trás, tinha que segui-los porque era criança.

Como eu estudava no Colégio Estadual de Araguaína, hoje a Colégio Estadual Prof. João Alves Batista, e o mesmo ficava mais próximo da praça, fiz amizade com o Sr. Valmir (já falecido), ele era porteiro do colégio e irmão da coordenadora cultural, a Maria José Dourado. Eles tinham uma papelaria na mesma praça, a Papelaria do Estudante, hoje fazem uniformes. Ele gostava muito de mim e deixava-me sair no intervalo do recreio sob a condição de voltar antes do sino tocar, no que eu obedecia rigorosamente, sempre disposto a ter aquela oportunidade que os demais não tinham. No início, eu saía para ir lanchar numa padaria que era localizada na av. Cônego João Lima, exatamente onde é hoje o HSBC Bradesco, pois lá eu lanchava e não pagava, apenas assinava uma notinha e no final do mês meu pai vinha à cidade e pagava à padaria, cujo proprietário era seu amigo. Apesar de ele ter deixado autorização para lanchar lá na padaria, ele deixava com a senhora casada com o primo dele, a Dona Mundica, uma quantia para meus lanches na escola, pois na padaria só em algumas ocasiões, principalmente quando acabasse o dinheiro.

Certo dia, já planejando ir à praça e visitar a banca de revistas, levei dinheiro para o lanche, mas não lanchei e pedi para o Sr. Valmir para sair, e, ao invés de ir à padaria, fui à praça matar minha curiosidade. Fiquei deslumbrado com o colorido das revistas, principalmente dos gibis, aquilo tudo me fascinava. Não sabia direito o que fazer, só sabia que não tinha muito tempo, apenas quinze minutos para voltar e que parte deles já havia gasto. Comprei meu primeiro gibi e saí correndo para não perder a hora. Consegui chegar a tempo e comecei a planejar minhas incursões à praça quase que diariamente. O dinheiro que antes era



para o lanche, agora era para os gibis, ficava sem o lanche. Alguns gibis custavam o dinheiro de dois ou mais lanches, e nesses dias que juntava, ia só à padaria. Quando conseguia o valor, comprava o gibi que havia planejado comprar e voltava para casa no final da tarde com fome, mais extasiado de ansiedade de ler os gibis. No início, era complicado ler, pois quando chegava em casa tinha algumas obrigações a cumprir e como morava de favor com os parentes, era bom não abusar, então fazia tudo direitinho para não haver reclamações e depois da janta me recolhia ao quarto para fazer as tarefas, então aproveitava para ler um ou outro gibi. Naquela época também, a televisão tinha acabado de chegar à Araguaína. Havia sido inaugurado a torre da TV Anhanguera no início de 1976 e com ela, um novo mundo mesmo para quem era da cidade. Porém, as transmissões iniciavam às 17 horas e se encerravam às 23 horas, isso porque a eletricidade era ligada e desligada nesse horário, somente no centro, por causa do comércio, escolas e dos hospitais, havia energia o dia todo, nos demais lugares só nesse horário.

Nessa época iniciava-se a transmissão de um dos maiores sucessos da televisão brasileira, “**Os Trapalhões**”. Fascinava todo mundo e com isso muda-se o hábito de ir à missa. Ou ia na parte da manhã, ou ia à noite, depois de Os Trapalhões”, que era exibido às 19 horas, e com isso passei a planejar melhor e passei a ficar mais tempo na praça. Um dia vi uma multidão de crianças acompanhadas de seus pais e fui ver do que se tratava. Lá, pude constatar que se tratava do filme “**King Kong**”, com Jessica Lange em seu primeiro filme . Nesse dia, não tinha dinheiro, mas juntei o dinheiro do lanche durante a semana e no domingo seguinte pedi a Dona Mundica para ir mais cedo pois queria ver o filme e ela permitiu, mas exigiu que ao final da missa das 20h, isso lá pelas 21 horas eu estivesse lá na porta da igreja os aguardando. Assim o fiz, fui e comprei logo o ingresso e fiquei aguardando a hora na banca de revistas. Aproveitei e comprei uns dois gibis para completar minha alegria. Quando abriu o cinema e vi uma multidão saindo lá de dentro corri para a porta e me posicionei na outra fila que começava para a próxima e penúltima sessão. Fiquei deslumbrado com o tamanho da tela, o som, e principalmente as cores, isso porque na televisão ainda era em preto e branco, poucas pessoas tinha TV à cores em casa, só os ricos, enfim, foi algo para não esquecer jamais. Depois desse dia, passei a planejar melhor as incursões na praça e reservar parte do tempo para ver os cartazes dos filmes que ainda iam ser exibidos num futuro próximo e aquilo tudo me fascinava. Não havia internet nem jornal para saber muito sobre o filme, apenas o cartaz para informar, e só. Os filmes seguintes foram os clássicos “**Fugindo do Inferno**” com Steve

McQueen e “**O Planeta dos Macacos**” com Charlton Heston, Fiquei fascinado, queria ver todos, porém não poderia, não só pelo pouco espaço de tempo, como pela classificação etária. Era um problema sério. Mas como as coisas eram menos rigorosas que hoje, alguns filmes para maiores poderiam ser vistos desde que acompanhados pelos pais ou responsáveis. Como havia colegas do colégio que eram levados pelos seus pais, então passei a ficar perto deles e quando entravam ficava sempre ao lado deles e entrava tranquilamente.

Nessa coisa de entrar com colegas e seus pais, eles passaram a me convidar para ir ao outro cinema, o Cine Luz. Porém, lá eles só exibiam filmes de “faroeste” e de “kung fu”, todos com censura livre, o que facilitava também ir desacompanhado. A experiência foi fundamental para o desenvolvimento do meu gosto por determinados gêneros. Descobri naquela época que não gostava do gênero “kung fu”, mas era fascinado pelo “faroeste”. Mas uma coisa me guiava, e isso não estava ali naquele cinema, e sim no outro, nos cartazes que pouco diziam sobre seu conteúdo, apenas belas imagens coloridas ou não com os créditos de produtores, atores e direção, e só. Passei então a procurar nas revistas da banca, informações que não encontrava nos cartazes e isso cansou a me prender mais naquele novo e mágico mundo, que me causava tanta felicidade. Mas conseguia saber muito pouco, a não ser sobre filmes mais recentes daquela época, e como o cinema o costumava exibir clássicos, principalmente europeus, isso mais complicado ainda. O jeito era achar algum colega que fosse entrar afinal a maioria tinha classificação para adultos, o problema era que poucos se interessavam e parece que aquele fascínio era apenas meu. Passei a ficar ao lado de outros adultos, que às vezes nem conhecia só para entrar e ver o filme e dava certo na maioria das vezes, mesmo porque na hora de sair era aquela confusão e o porteiro nem notava que eu estava desacompanhado de fato. O primeiro filme europeu que vi no cinema foi o clássico “**Decameron**”, do cineasta Pier Paolo Pasolini, baseado na obra de Giovanni Boccaccio. Fiquei extasiado com a experiência, com o gênero, um comédia de costumes ambientada na idade média. Depois, dessa vez acompanhado de um colega mais velho que eu, apesar de menor, conseguimos entrar no cinema graças ao porteiro que era amigo do pai dele e fez vista grossa e nos deixou assistir um dos filmes mais polêmicos da história, a produção franco-japonesa “**Império dos Sentidos**”, de Nagisa Oshima, considerado pornográfico para muitos, mas que na verdade não passa de um drama com cenas muito forte de erotismo. A experiência foi psicologicamente perturbadora e me impulsionou a querer ver mais filmes sem buscar tantas informações a respeito dele, apenas o básico e mergulhar de vez num prazer

compulsivo por um tipo de filme não convencional. Percebi isso quando entrava para o cinema com os meus colegas e não conseguia ficar até o final para ver os filmes que eles gostavam, os filmes de ação norte americanos. Achava tudo aquilo muito sem graça, não me dava nenhum prazer, via apenas como um jogo de imagens com muita violência. Nascia ali meu gosto pelo cinema arte, para muitos dos meus amigos, filmes chatos, mas para mim puro deleite.

A grande e arrebatadora paixão pelo cinema estava só começando quando estreou o filme que seria considerado mais tarde, um dos grandes filmes da história do cinema, **“Guerra nas Estrelas”**, o primeiro filme da série de George Lucas, isso já no início de 1978. A princípio não queria ir porque achava se tratar de um filme de ação, mas num dia durante uma de minhas incursões na banca de revistas, vi uma capa da revista **“Veja”** falando do sucesso do filme. Comprei a revista e quando li e vi algumas das fotografias que inclusive estavam disponíveis junto ao cartaz (naquela época, além dos cartazes, tinha sempre ao lado dos mesmos, fotografias pequenas de cenas do filme presas com alfinetes em quadros com fundo de feltro) e ao ler a matéria fiquei fascinado e fui assistir. Foi mais uma surpresa para encher os olhos e a alma. A belas imagens com efeitos visuais incríveis, além da trilha sonora fantástica era tudo que faltava para completar a paixão.

Em 1978, assisti os primeiros filme brasileiros, quase todos comédias da época de ouro da **“Chanchada”**, os primeiros filmes de **“Os Trapalhões”** e os clássicos **Jerry Lewis e Dean Martin**, esses lotavam o cinema e todo mundo saía feliz da vida. Assisti também filmes pesados e polêmicos, como **“Lúcio Flávio, o Passageiro da Agonia”** do Hector Babenco, a **“Dama do Lotação”**, com Sônia Braga, baseado na obra do Nelson Rodrigues. Também, com Sônia Braga, **“Dona Flor e Seus Dois Maridos”**, baseado na obra do Jorge Amado. Enfim, foi um ano para não esquecer.

Nos anos seguintes, vi **“Sonata de Outono”**, do Ingmar Bergman, o perturbador **“Calígula”** do Tinto Bras e do Bob Guccione”, considerado pela censura da época como pornográfico, classificação recebida pelo filme **“Império dos Sentidos”**, porém com maior repercussão devido a qualidade do elenco estrelado, nada mais nada menos que Peter O’Toole, Malcolm McDowell e Helen Mirren. Também veria nessa mesma época, outro filme fascinante não só em termos de estética e linguagem cinematográfica, mas sobretudo pela ambientação de atmosfera sombria, **“Nosferatu – O Vampiro da Noite”**, de Werner Herzog e estrelado por Klaus Kinski. Ainda nesse mesmo cinema, assistiria grandes filmes europeus

como “**La Nave Va**” do Federico Fellini, “**Sacco e Vanzetti**”, do Giuliano Montaldo, entre tantos outros.

Em Araguaína, naquele final de década, as coisas eram muito difíceis, mas ao mesmo tempo já havia uma expectativa que algo estava mudando para melhor, já havia uma muvuca de pessoas vindos de todas as partes do Brasil e isso gerava demandas. A expectativa do fim do regime militar, já anunciada anteriormente pelo então ex-presidente Ernesto Geisel e as obras da rodovia Belém – Brasília já era um claro sinal que isso estava acontecendo. Araguaína crescia e com isso exigia mais energia, e com mais energia, a cidade inteira passou a ficar mais tempo com eletricidade, e com isso, as retransmissoras de televisão ficavam mais tempo no ar, entrando cedo nas primeiras horas da manhã e só saindo do ar no meio da madrugada. Com isso, as grades das retransmissoras de televisão passavam filmes na madrugada, principalmente grandes clássicos do cinema das décadas passadas, filmes americanos premiados com o “Oscar”, clássicos europeus e brasileiros, e, sobretudo, filmes com pouco apelo comercial. E foi exatamente nesse contexto que consolidei meu gosto por esse tipo de filme.

Paralelo a isso, e mesmo muito novo para compreender determinadas linguagens, desenvolvia também meu gosto pela literatura. Ao assistir o “**Doutor Jivago**”, do David Lean, baseado na obra do escritor russo Boris Pasternak, despertou em mim, gosto pela literatura. Isso porque ao assistir o filme passei a pesquisar na “BARSA” sobre a cultura russa (naquela época era União Soviética, ainda sob o regime comunista). Foi então que numa dessas pesquisas acabei por encontrar Leo Tolstoy e me interessar por sua obra. Acontece que naquela época, a Editora Abril começava a publicar uma coleção de grandes clássicos da literatura e disponibilizando essa coleção semanalmente nas bancas. Cada semana uma nova obra, um novo escritor. Uma das primeiras obras a chegar às bancas foi exatamente um dos romances do Leo Tolstoy, “Anna Karenina”, em dois densos volumes. Comprei, li, não entendi muito, pois tinha uma linguagem estética muito difícil para minha maturidade, mas me abriu a mente para buscar outras de suas obras como também de outros autores, também russos, como Dostoiévski. Isso me preservou e deixou com que eu voltasse a ler “Anna Karenina” anos mais tarde e já adulto e compreender toda aquela atmosfera literária. Isso tudo acontecia e a paixão pelo cinema só aumentava pelo estímulo da literatura, um alimentando o outro. Achava que seria diretor de cinema algum dia, ou que no mínimo seria dono de um.

Em meados dos anos de 1980, chega à Araguaína, a primeira locadora de filmes ver em casa, se não me engano, isso foi em 1985 e se chamava “**O Computador**”. A loja, a primeira loja de informática da cidade, alugava o filme e também o aparelho, isso porque eles eram muito caros e muito complicados e acessíveis para poucos. Os motivos eram vários. Havia dois sistemas de reprodução, o “*Betamax*” e o “*VHS*”, um não conversava com o outro, era incompatíveis. As produtoras de vídeo não lançavam nas duas versões, não pelo menos no início, só depois. Algumas produtoras de cinemas faziam acordo com distribuidoras que utilizavam o *Betamax* e outras com as distribuidoras que utilizavam o *VHS*. E como o aparelho que reproduzia o Betamax, não reproduzia o VHS, e vice e versa, se a pessoa quisesse assistir teria que usar, comprando ou alugando aparelhos diferentes. O sistema Betamax não resistiu e desapareceu do mercado e com isso, todos os filmes passaram a serem reproduzidos em VHS, o que facilitou sua popularização. Os aparelhos continuavam muito caros, quem podia comprar só os ricos. O jeito era reservar o aparelho e alugá-lo juntamente com os filmes. Os finais de semana eram uma festa só, ninguém saía de casa, só assistindo filmes. Outro problema era o fato de não haver regulamentação ainda do setor porque era uma novidade, então a maioria dos filmes disponíveis nas locadoras eram de origem pirata, grosseiramente copiados, mais não tinha jeito, era o que tínhamos. Curiosamente, é exatamente nesse período que os dois cinemas da cidade, primeiro o Cine Luz e algum tempo mais tarde, o Cine Orione, eles entram em decadência e fecham suas portas deixando a cidade mais pobre culturalmente do que já era.

Na mesma época da Loja “O Computador”, foi aberta outra loja que era denominada “Vídeo Clip”, essa só alugava os filmes, não alugava o aparelho. A loja era de uma empresária oriunda do interior de São Paulo, cujo marido era proprietário de terras aqui na região de Araguaína e sua clientela era de pessoas do mais alto poder aquisitivo da região, quase todos pecuaristas, empresários, profissionais liberais, principalmente, médicos, quase todos, amigos de seu esposo ou dela mesmo. O curioso é que ela trabalhava tanto com o filme original como trabalhava com o pirata, isso pelo fato da demanda que era alta. Tornei-me cliente dessa locadora porque ela tinha um acervo muito grande, investira uma boa quantia no empreendimento. E foi exatamente lá que aconteceu algo extraordinário que me levou a decisão de querer ter uma locadora para mim. Certo dia, havia feito reserva de um filme que havia sido lançado na época, que era o “**O último Imperador**”, do Bernardo Bertolucci, no entanto fiquei sem o filme, isso porque a pessoa que pegara a fita no dia anterior, não

devolveu passando o filme para uma terceira pessoa, furando a fila de reserva. Aquilo me deixou muito chateado a ponto de não querer mais levar os outros que separei. Para compensar o ocorrido, a proprietária me mandou escolher 5 filmes que não fosse lançamento e levasse de graça para assistir. Pensei, recuei e decidi escolher. O problema era que todos os filmes que estavam disponíveis já tinha visto, tinha me tornado um devorador de filmes, tanto no cinema como na televisão. Foi então que ela perguntou se eu gostava de filmes chatos e eu respondi “que não”, mas argumentei com ela que filmes era uma questão de gosto, e no meu entender, o que era chato pra ela, poderia não ser para mim, quando ela então me convidou para entrar numa sala depois da sala principal e que ficava com a porta constantemente fechada e lá, por incrível que pareça, uma grande quantidade de filmes guardados, empoeirados, exatamente porque as pessoas devolviam e diziam que “eram horrorosos e chatos”, que faziam as pessoas dormirem,, e para evitar aborrecimentos e arrumar espaço para os novos filmes que chegavam, os tais filmes eram guardados lá dentro dessa sala, alguns inclusive dentro de caixas ao chão porque já não tinha onde guardar. Para minha surpresa, dentro das caixas continham não só filmes que já havia visto no cinema ou na televisão, como outros tantos que queria ver e não tinha tido a oportunidade. Um desses filmes era “**Fanny e Alexander**”, de Ingmar Bergman, um luxo! Pronto, havia descoberto o tesouro. Não demonstrei empolgação, pois ainda estava chateado pela reserva não consumada, porém cheio de felicidade por descobrir aquele acervo composto de grandes obras cinematográficas. A parte boa é que ninguém queria alugar aqueles filmes porque a funcionária falava mal e ninguém conhecia os filmes, enfim, para mim bastava, não havia concorrência. Outra vantagem me cobravam ¼ de uma locação normal de filmes não lançamentos, outras vezes nem cobravam, me davam em locação brinde pelos lançamentos locados. Era uma festa!

Certo dia, perguntei a funcionária, se a proprietária venderia aqueles filmes e ela ficou de consultar. Como a resposta foi positiva, passei a comprar os filmes, começando pelos mais raros, depois os demais, mas todos muito importantes na história do cinema. Começava ali uma o embrião de uma ideia que tinha de uma locadora de vídeo. Uma locadora que tivesse um acervo de qualidade, que valorizasse a arte e não só o entretenimento, que fosse menos comercial, que as pessoas gostassem de frequentar, se sentir à vontade para debater sobre os filmes, tipo fazer um “**sarau**”, e exatamente nessa concepção foi que surgiu a ideia inclusive para o nome da locadora – “**Sarau**”. Mas isso só aconteceria anos mais tarde, em 1993. Até esse ano, foram muitos filmes assistidos na telinha, quando não era no aparelho de vídeo

cassete, era nas madrugadas através da televisão. Não perdia nada. Nesses horários, passavam só o que havia de melhor, isso porque não eram filmes de apelo comercial. Eu amava aquilo tudo.

No início dos anos de 1990, o país passava por transformações políticas importante, havia eleito o primeiro presidente em mais de 20 anos de ditadura, o Fernando Collor, a crise econômica persistia, mas apesar disso, havia também abertura econômica e isso possibilitava entrada de novos produtos e tecnologias antes não acessíveis aos brasileiros. Nesse período começou a surgir os primeiros CDs e apesar de caros naquele momento, gerou um boom de consumo, principalmente que os primeiros a chegar às lojas eram de cantores estrangeiros, e entre eles, os CDs de trilhas sonoras dos filmes, algo que sempre mexia comigo ao assistir os filmes. Tinha na minha memória cenas fantásticas e ao fundo trilhas sonoras arrebatadoras de grandes músicos americanos e europeus, entre eles, Ennio Morricone, o grande mestre das trilhas sonoras dos filmes de “*western espaguete*” ou “*Bang bang italiano*”. E eu devorador de tudo, ia comprando e aumentando minha coleção.

Ao final do ano de 1992, e já com uma ideia amadurecida sobre o que exatamente eu queria em termos de locadora, eu já tinha em meu acervo de filmes uns 300 filmes e mais 200 CDs, a maioria de trilhas sonoras. Era muito pouco para iniciar a empreitada, mas passei a planejar os passos seguintes e determinei que não passava do segundo semestre de 1992. Nesse período que faltava fiz todo tipo de economia, menos nos filmes e nos CDs, esses eu continuava a comprar alucinadamente. As vezes ficava chateado por não poder comprar também meus livros, mas tinha que continuar com a restrição, afinal a decisão de montar já estava determinada e nada faria recuar, adiar sim, recuar jamais. Fui verificando locais, encomendei madeira para meu pai para fazer as estantes, os móveis. Não queria que ela se parecesse com nenhuma outra. Minha ideia de diferencial além do ambiente, era o fato de também ser a primeira locadora de Araguaína sistematizada, todo atendimento via computador com toda tecnologia disponível, a mesma dos grandes centros. Seria também a primeira locadora de CDs, ou seja, ninguém tinha tido essa ideia. Isso tudo fiz em silêncio, não queria ser surpreendido. Outra ideia, e essa foi o “pulo do gato”, o horário de funcionamento. O horário de atendimento das locadoras de Araguaína era o mesmo do comércio da cidade, ou seja, abria às 7 horas da manhã e às 18 horas já estavam fechadas, um horror. Cansei de pagar relocação de filmes porque não conseguia devolver no horário, pois coincidia com o horário de trabalho. Não adiantava reclamar, era o sistema. Pior ainda, o

atendimento era demorado porque não era informatizado, tudo anotado na caneta. Uma locação gerava várias anotações, na ficha do cliente, na ficha do filme, e na notinha de controle. Era um verdadeiro calvário. Tudo isso me fez pensar e na minha seria diferente. Um amigo meu, o Marcos Alexandre, famoso locutor da Araguaia FM me deu a ideia de fazer uns “*teasers*” pequenas chamadas sem dizer do que se tratava, apenas imagens de filmes, trilha sonora ao fundo e a única mensagem: “Em breve, **SARAU!**” a primeira foi cenas do filme “**Sociedade dos Poetas Mortos**”, depois “**Tomates Verdes Fritos**”, “**A Cor Púrpura**” e por último, a famosa cena do baile de “**... E o Vento Levou!**” Pouquíssimos amigos meus sabiam, só os mais próximos, da mesma forma, poucos colegas de trabalho. E foi exatamente com todas essa expectativa que em 19 de novembro de 1993, eu inaugurava a **Sarau Áudio e Vídeo**, a única que não tinha locadora no nome fantasia nem na razão social, a única a abrir das 8 da manhã até as 22 horas, a única a abrir nesse horário, inclusive aos sábados. Antes as locadoras fechavam ao meio dia de sábado, provocando uma correria de cliente para pegar seus filmes, a minha não seria desse jeito. Outra diferença, abriria também aos domingos e feriados até as 18 horas. Enfim, era uma novidade. Foi uma revolução e o sucesso veio rápido demais. Tive que chamar meus irmãos para ajudar além de contratar funcionários, pois não dava conta do recado. Tudo isso também refletia no local escolhido, até então não comum aqui em Araguaína, um posto de gasolina localizado no centro, recém-inaugurado, novinho e com lojas em sua estrutura, inclusive um barzinho que devido o movimento da locadora acabou por ficar também famoso. O espaço era pequeno, mas aconchegante e logo já não cabia todos que iam lá, muitos ficavam do lado de fora, principalmente no barzinho, esperando a loja esvaziar para poder entrar. Tanto foi o sucesso, que seis meses depois de aberta, já comportava a estrutura, precisava de mais estantes, mais espaço, enfim, ficou complicado antes da hora. Diante disso me vi na situação de procurar um espaço mais adequado, mas os proprietários preocupados com a possível repercussão da saída de locadora do posto ofereceu a mim uma sala maior, essa estava vazia desde a inauguração do posto, estava reservada para montar o escritório do posto e da loja de confecções dos proprietários presentes no mesmo lugar, no que aceitei e agosto de 1994 estava eu mudando para esse espaço maior. O crescimento continuou, e a Sarau já era considerada por todos como a melhor locadora de Araguaína. As outras foram fechando, inclusive aquelas que abriram logo depois de mim, tudo por impulso. Mas a pirataria também crescia, e com isso, locadoras recém-abertas faziam jogo sujo e elas se espalhavam pela cidade, um *boom* de locadoras, que se não



tiravam minha clientela, mas atrapalhava pelo fato de muita gente ainda buscar preço e não qualidade, apesar de ser um público bem restrito, mas havia. Era o efeito do sucesso da Sarau.

Em 1997, com ajuda de meus irmãos e o apoio de meu pai, decidimos levar a Sarau para um prédio próprio. Decidimos então construir uma sala na frente da nossa casa numa avenida muito bonita da nossa cidade, porém sem nenhuma estrutura comercial nela, só residências. Era eu mudando o rumo do mercado de videolocação e chegando a um bairro residencial, o setor Anhanguera, mas precisamente na av. José de Brito Soares. As únicas estruturas comerciais existentes até então, era um hotel decadente **Birds Hotel** em frente a um hospital, o **Hospital das Clínicas**. hoje o **HDT**, uma loja de pneus a **Pneus Sandin**, hoje um conjunto de lojas, entre elas a **Carmen Steffens** e a **Colcci**. E em frente uma lanchonete de sanduíches populares, hoje o **Baroli**, cuja proprietária era a esposa do Fabiano Sandin, o dono da loja de pneus. E só, nada parecido com o que é hoje. Nem um barzinho, nada de vida noturna. Muitos amigos me criticaram e falaram que eu estava arriscando muito, mas já estava decidido. No início caiu o movimento, mas nada que assustasse, porém havia muita reclamação, principalmente pela localização fora do centro, mas tudo foi se ajeitando e logo todos já estavam acostumados.

Nessa mesma época, uma amigo meu, o Marcelo (já morreu) cliente assíduo da locadora teve a brilhante ideia de montar um barzinho próximo a locadora e procurou a dona do lanche e fez uma proposta irrecusável aos proprietários e aí nasceu o **Praia Doce**. A sacada dele foi genial e aquilo foi o que faltava para transformar a avenida num local de vida noturna e quem vinha ao Praia Doce acabava indo à Sarau e vice e versa. Foi o suficiente para outros estabelecimentos se instalarem na avenida, principalmente na área de vestuário e gastronomia, no que se sustenta até hoje.

A transformação seguinte se daria com a chegada o DVD, isso já no início do século XXI, apesar de o mesmo já estar no mercado desde 1996, quando surgiram os primeiros, mas que pegou de vez mesmo somente a partir de 2001, tudo por culpa dos aparelhos que eram muito caros no início. Mais uma vez, outra revolução, agora os grandes clássicos estavam voltando digitalizados e os filmes novos teriam seus canais de áudios preservados e sendo reproduzidos tal qual no cinema. No início foi complicado, pois o investimento foi alto e os filmes não locavam porque a maioria não tinham o aparelho. Mas por volta do ano de 2003, a coisa deu uma acelerada e a locação de DVDs já superava a de fitas cassetes e daí por diante foi só aumentado. Nesse período também, crescia o número de pessoas conectadas pela

internet, apesar da velocidade bem reduzida, mas havia um crescimento e com isso começaram a pirataria via *download* de filmes, o que propiciou o aparecimento dos primeiros filmes piratas em DVD. Pior, antes eles vinham de fora, agora não, muitos copiavam os filmes, copiavam e imprimiam as capas através dos sites das distribuidoras de filmes e espalhavam pelas calçadas da cidade, tudo vendido ao um preço menor que a locação. No início não atrapalhava, mas com o passar de algum tempo, muita gente ansiosa comprava filmes que nem havia chegado às locadoras e aquilo foi se tornando estressante. Eu comprava um filme caro, a um custo que demorava a chegar no ponto de equilíbrio, isso quando chegava, e logo ninguém já não queria porque já tinha visto. Paralelo a isso, a DirecTV, a Globosat e a Sky cresciam de uma forma surpreendente, causando prejuízos para as locadoras. Já não havia mais margens para manobra, tampouco criatividade para burlar os problemas e voltar a ter lucro, só prejuízos.

Em 2008, já cansado de toda e essa situação decidi que encerraria as atividades se nada acontecesse para reverter a situação. Alguns conflitos familiares e com tantos problemas para resolver, resolvi que encerraria as atividades no ano seguinte. Planejei tudo, não fecharia de repente. Decidi também que tinha que voltar a estudar, estava muito desanimado com todo aquele estado de coisas, foi quando fiz vestibular no segundo semestre de 2008. Passei, as aulas se iniciariam no segundo semestre de 2009, precisamente em agosto. Até o início das aulas, mantive a locadora em horário reduzido para apenas devolução, afinal ia fechar. As poucas locações eram para amigos restritos e poucos conhecidos. Já não abria mais cadastros, já não tinha nenhuma motivação, nem mesmo para assistir meus filmes prediletos. Já não comprava mais, porém as dívidas estavam lá, as distribuidoras cobrando, eu negociando, com elas e com os clientes. Esses, muitos, mas muitos mesmo, ao saber que eu ia fechar, deixaram de devolver os filmes, era um prejuízo duplo, ficava sem receber pela locação e ainda ficava sem o filme. Era desanimador! Dia 17 de agosto de 2009, quase 16 anos depois de aberta, eu encerrava as atividades.

Acredito que fui consumido pela resistência em não mudar quando tudo mudava a minha volta. As mudanças ousadas de antes, desde a abertura, a mudança de ponto no início e depois para um bairro basicamente residencial já não me empolgava, era um desânimo total. Basicamente não conseguia vislumbrar uma reviravolta, mas alguns clientes sim, tanto que quando eu estava fechando, um cliente, o Renato, abriu uma locadora próxima a minha, a **Premier Vídeo** (já encerrada as atividades), e um amigo muito especial, o Suedilson, que por

muito tempo fez uma parceria comigo comprando filmes para num futuro abrir a sua locadora, também abriu a dele, essa na av. Cônego João Lima, a **Ághata Vídeo** (também já encerrada).

Basicamente, nunca considerei a Sarau como uma empresa qualquer, tampouco como negócio pensando no lucro. Cometi erros ao não considerar os perigos que rondavam, como a pirataria, a concorrência desleal das concorrentes, e nesse caso específico, sofri muito porque meu negócio era legalizado, tinha que recolher ISSQN sobre o faturamento todos os meses, as outras não. Estar lá todos os dias não era como se fosse trabalho, era como se eu estivesse me divertindo, o que de fato era também. Outro erro era achar que a Sarau, por estar num nível de qualidade muito superior às demais locadoras da cidade, aquilo seria o suficiente para se manter de forma equilibrada. A maior parte da clientela da Sarau eram de pessoas com elevado poder de consumo, porém nem todos eram consumidores de arte e sim de entretenimento, isso se constatou quando houve um *boom* imobiliário em Araguaína decorrente da instalação do curso de medicina do ITPAC.

A contribuição que a Sarau deu para o mercado de videolocação em Araguaína foi a profissionalização. As locadoras novas que abriram depois da Sarau, investiram em qualidade, informatizaram, legalizaram, afinal o poder público local começou a perceber isso e passou a fiscalizar e exigir documentação pertinente para autorização de funcionamento. A grande contribuição da Sarau foi para os estudantes de uma maneira geral e nesse aspecto ela foi quase que imbatível. Muitos dos filmes de seu acervo, eram de filmes importantes para compreensão da arte, do ser humano, da sociedade, principalmente de documentários e filmes de conteúdos históricos. Não por menos, era a locadora preferida pelos professores e estudantes em geral. Mas existia um problema: a quantidade de volumes disponíveis. Isso se dava pelo fato de serem filmes de pouco apelo comercial e quando havia procura, era tudo ao mesmo tempo.

Existem hoje poucas locadoras na cidade, na sua maioria, locadora de filmes piratas. E já não se preocupam mais com a qualidade, pois não têm concorrentes. Mas esse não é só um fenômeno local, nosso, é no Brasil inteiro.

Voltei para a universidade em 2009, e em 2010 ganhei uma bolsa de intercâmbio internacional do Banco Santander. Fui para a Universidade de Aveiro em Portugal e fiquei lá durante um ano. Nos feriados prolongados viajavamos para outros países da Europa, tudo muito fácil pela oferta de mobilidade. Nos finais de semana viajavamos dentro de Portugal mesmo. Nessas viagens pude constatar que as locadoras também desapareceram por lá. Na

cidade de Aveiro, de Viseu, do Porto, de Coimbra, que por estarem muito próximas, as visitas eram constantes, pude verificar a existência de pouquíssimas locadoras, e isso mesmo nem eram só locadoras, eram copiadoras, encadernadoras e pequenas conveniências, mas locadora mesmo, nenhuma. Quando fui, tinha a perspectiva que lá veria como estaria o mercado de videolocação e traria algo novo e retomaria em algum momento o sonho interrompido, mas não. Hoje estou mais conformado por entender que tive minhas fraquezas sim, mas elas não foram determinantes para o fim do meu empreendimento e sim as mudanças que vieram nos últimos anos para o mercado.

Hoje, além das TVs por assinatura, existem outras tecnologias que impedem que as locadoras voltem a ser como antes, como a Netflix e os aplicativos dos grandes estúdios de cinema que agora estão disponibilizando seus conteúdos para os consumidores diretamente. Outra característica importante é que as salas de cinemas, apesar de terem dimensões muito inferiores que as antigas, estão se espalhando pelo país inteiro, inclusive em cidades que nunca tiveram cinema. Isso muda muito o comportamento do consumidor, isso está contribuindo também para esse cenário.

A parte negativa disso tudo é que o cinema perdeu muito em qualidade em termos de arte. Agora é praticamente só entretenimento. Valoriza-se muito o cinema como indústria, priorizando sequências para os filmes de sucesso, tanto que já não escondem o apelo comercial e os denominam de “franquias”, o que considero absurdo. Quase já não vou ao cinema, as vezes só quando viajo e saio a procura de algum cinema que costuma exhibir filmes com menos apelo comercial, mas são raros, quase inexistentes.