

Capítulo 8

Modos de ir ao cinema das classes populares no Cuca Barra

Luciene Ribeiro

Introdução

Este artigo não se propõe a fazer uma abordagem histórica de como as classes populares foram ao cinema. Entretanto, de forma mais micro, buscamos compreender a importância de espaços de exibição de filmes no cenário social e cultural vivenciado pelas classes populares. Nossa problemática de pesquisa é a frequência da sala de cinema do CUCA Barra ou CUCA Che Guevara, localizado no bairro Barra do Ceará, sito à zona leste oeste da cidade. De forma mais geral, o artigo fará uma reflexão sobre a relação do cinema com as classes populares para trazermos, posteriormente, os usos do espaço do cinema do CUCA.

A etnografia utilizada na investigação foi o método que escolhemos para fazer esta pesquisa, pois nos permite uma maior e melhor aproximação com os sujeitos pesquisados. Estamos construindo essa proximidade por meio da observação da sala de exibição de Cinema do Cuca Barra. De forma prática, vamos ao cinema assistir aos filmes exibidos na sala desse espaço cultural em dias da semana e aos sábados e domingos. Tem sido durante essas idas que conhecemos pessoas e conversamos com elas antes e após as exibições, além de observa-las no contexto desse espaço de exibição. Para Guber (2004, p. 3) “La observación participante

consiste em dos actividades principales: observar sistemáticamente y controladamente todo lo que acontece en torno del observador y participar en una o varias actividades de la población. ” Assim, adotamos algumas estratégias importantes para delinear o olhar sobre o campo como: o acompanhamento da exibição de filmes, a vivência no grupo de espectadores do Cinema, a análise de documentos da proposta cultural do CUCA, as conversas informais e as entrevistas antropológicas em campo. “A escolha por trabalhar etnograficamente deve-se ao fato de que o interesse incide na compreensão dos valores sentidos vividos. O estudo etnográfico acentua a importância dos modos pelos quais os atores sociais definem por si mesmos, as condições em que vivem. ” (ESCOSTEGUY, 2004, p. 143).

2. A Rede Cuca e os novos espaços para as juventudes na cidade

A cidade de Fortaleza passou a ter, a partir da administração da prefeita Luizianne de Oliveira Lins, do Partido dos Trabalhadores – PT, um intenso movimento destinado para a discussão e implementação de políticas públicas voltadas para as juventudes. Esse movimento também será impulsionado pelos debates sobre o tema no âmbito nacional, no qual o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2003–2011), também do PT, atuou no sentido de ampliar as políticas nacionais voltadas para as juventudes do país.

A criação da política dos Centros Urbanos de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (CUCAs) também integrará esse movimento de olhar para os jovens, voltando-se para a criação de novas políticas públicas e buscando assegurar novos espaços para as juventudes na cidade de Fortaleza.

Como veremos, de modo mais detalhado, nas próximas linhas, inicialmente serão pensados em seis CUCAs espalhados nas seis secretarias regionais da cidade. No entanto, a prefeita

Luizianne Lins deixará o governo com apenas três equipamentos construídos, sendo apenas um em pleno funcionamento, o CUCA Barra, fundado em 2009.

Coube ao seu sucessor, o prefeito Roberto Cláudio Rodrigues Bezerra, filiado ao Partido Democrático Trabalhista – PDT, garantir o pleno funcionamento dos dois últimos CUCAS, deixados pela gestão anterior. Esses são os casos do CUCA Jangurussu e do CUCA Modumbim. Convém destacar que, o atual prefeito também tinha como uma das promessas de campanha em 2012, a construção e o funcionamento dos outros três Cucas, previsto no projeto inicial.

É importante ressaltar que o CUCA surge em Fortaleza com a intenção de oferecer diferentes atividades para as juventudes da cidade, incluindo processos educativos através de pequenos cursos, modalidades artísticas e esportivas prioritariamente voltadas para jovens com idade entre 15 a 29 anos.

Para além dessas atividades, o projeto CUCA também tinha a intenção de criar espaços de encontro e convivência, que possibilitasse a sociabilidade e a participação dos jovens, fomentando novas práticas de integração, de convivência e de comportamentos.

Concebido na Gestão da Prefeita Luizianne Lins (2005-2012), o projeto CUCA era parte do Programa Integrado de Políticas Públicas de Juventude de Fortaleza (PIPPJ). Assim, em 10 de setembro de 2009, foi inaugurado o primeiro Centro Urbano de Cultura, Arte, Esporte e Ciência de Fortaleza. Solicitado pela população jovem da cidade nas assembleias do Orçamento Participativo (OP) em 2006, o equipamento está situado na Barra do Ceará, onde funcionava o antigo Clube de Regatas.

Na estrutura dos CUCAS é possível encontrar: piscina semiolímpica, pista de skate, anfiteatro, ginásio poliesportivo, salas de multimídias, sala de dança, artes plásticas, laboratório de fotografia, biblioteca, espaço para exposições artísticas, além de uma sala de cinema e um teatro.

Em sua linha geral o público dos CUCAs são os jovens de 15 a 29 anos, mas também veremos que o cinema quebra essa faixa etária de frequência, fazendo aparecer: mães com seus filhos, jovens e homens adultos. É desse universo de exibição de filmes que vamos partir para problematizar algumas relações que as classes populares podem estabelecer com este equipamento de cultura.

3. As Classes Populares e o Cinema

De acordo com Costa (2006), a partir de 1905, empresários do ramo de diversões começam a investir no cinema de maneira lucrativa. Eles organizam novos espaços de exibição dos filmes.

Ao contrário dos cafés, dos vaudevilles frequentados pela classe média de composição diversificada, esses novos espaços eram grandes depósitos ou armazéns adaptados para exibir filmes para o maior número possível de pessoas, em geral trabalhadores de poucos recursos. Eram locais rústicos, abafados e pouco confortáveis, mas ali se oferecia a diversão mais barata do momento: o ingresso custava 5 centavos de dólar ou um níquel, daí seu nome: os Nickelodeons. (p. 27).

Esse novo formato explodiu nos EUA e foi adotado pelas classes de baixo poder aquisitivo, enriquecendo muitos exibidores e empresários do ramo. A procura por uma melhor linguagem, essa nova arte vai tentar buscar um maior respeito pelo cinema por parte da classe média. Nesse cenário, ganham relevância filmes ficcionais que apresentam uma tentativa de código narrativo. A ideia de construir filmes narrativos, com personagens mais profundos, pretendia atingir um público maior para a indústria do cinema, conquistando a classe média, mas sem deixar de lado os espectadores populares. Em 1909, com a criação da empresa norte-americana Motion Picture Patents Company (MPPC), a indústria do cinema passa a aumentar o preço dos ingressos e dos

aluguéis dos filmes: “para tal, tinha de atrair as classes médias, transformando o cinema no divertimento de todas as classes sociais, e não mais no chamado teatro de operários” (COSTA, 2006, p. 28).

A partir de 1913, a indústria do cinema se expande, transformando os espaços populares em grandes palácios luxuosos para exibição de filmes. Os filmes de rolo único vão dando lugar aos longa-metragem com duração de 60 ou 90 minutos. Com o crescente interesse pelo cinema, aumenta a necessidade de se criar as salas específicas para tal fim, buscando espaços cada vez mais apropriados para a exibição dos filmes. Assim, “em novembro de 1924, Jean Tedesco transforma o antigo "laboratório" parisiense de teatro experimental, o Vieux-Colombier em sala de cinema”. (MARTINS, 2006, p. 96).

Em Paris e outras cidades, cinco anos mais tarde surgem muitos cineclubes e em 1926 nasce a Federação Francesa dos Cineclubes. “Bordwell constata aí os primeiros sinais de reconhecimento oficial do cinema, com os impressionistas desempenhando um papel de destaque nas atividades culturais”. (MARTINS, 2006, p. 96). Assim, o cinema se estrutura e abrange um grande mercado de consumidores e a maioria dos estúdios cinematográficos se localiza em Hollywood.

Daí em diante o cinema toma um crescimento comercial expansivo e faz parte de um grande circuito de produtos da indústria cultural. Esse termo Indústria Cultural foi cunhado por Max Horkheimer e Theodor Adorno em 1947, em *Dialética do esclarecimento* (1998). Para Daniel Mato (2008, p. 175), “Estes autores estavam preocupados com a formação daquilo que em seu texto chamaram «cultura de massa», assim como com o papel que atribuíam a esta enquanto atrofia da imaginação e instrumento de dominação”. Inicialmente, estes autores usavam o termo cultura de massa, mas com a crescente má interpretação deste, pois muitos o associavam a cultura que é produzida pela massa, confundindo-se, portanto, com cultura popular, oriunda do povo. De forma mais

ampla, os estudos de Adorno e Horkheimer associaram a produção da indústria cultural a um modo de recepção que embora estivesse em contextos da modernidade na qual o homem é reflexivo, este sujeito acabava por render-se a uma tensão que o levava a postura de passividade (RUDIGER, 2004, p. 26).

Com os estudos de recepção em comunicação e a reflexão sobre as mediações culturais, esta última proposta, principalmente, por Martin-Barbero (2000)¹, percebemos que os sentidos produzidos pelo receptor passaram a ter significativa repercussão nas pesquisas científicas. No entanto, pensar a produção de sentidos dos receptores não é algo dado, mas de extrema complexidade:

A mensagem é uma estrutura complexa de significados que não é tão simples como se pensa. A recepção não é algo aberto e perfeitamente transparente, que acontece na outra ponta da cadeia de comunicação. E a cadeia comunicativa não opera de forma linear. (HALL, 1994, p. 354).

Para Martin-Barbero (2000), a recepção de conteúdos tem relação com vários elementos constitutivos da competência cultural dos espectadores que se constrói num plano coletivo.

Há uma história pessoal, mas muito daquilo que escutamos, nossos gostos, nossas concepções de mundo, não são individuais, são coletivos. Têm a ver com a classe social, com grupo familiar, tem a ver com a região da qual se procede ou onde vive, elementos raciais, elementos étnicos, idade. Os jovens não ouvem rádio como os adultos. Eu penso que há uma maneira individual, mas essa maneira individual está impregnada, moldada, por uma série de dimensões culturais, que são coletivas. ” (Entrevista para rádio CBN São Paulo, em 13 de maio de 2.000).

³O conceito de mediações, criado por Martin-Barbero, trata dos “lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural. ”

Pensando nestas questões, percebemos as imbricações que estas mediações levantadas por Martin-Barbero têm no potencial de produção de sentido das classes e sujeitos. Referenciais como: formas de acesso à cultura no caso aqui retratado, problematizamos como a periferia tem acesso ao cinema. Nas grandes metrópoles do mundo, o cinema, geralmente, está localizado em shoppings centers, com ingressos muito caros e, portanto, inacessíveis a uma grande parcela da população. Dessa forma, entendemos que é importante problematizar e conhecer como as pessoas da periferia vão ao cinema em um centro cultural quando sua cidade tem como referência de exibição as salas de cinema de grandes centros comerciais: os Shoppings Centers. Para muitos de nós, ir ao cinema parece um hábito cultural cotidiano, mas para a maioria da população periférica não é assim. Tudo é mais difícil. Afinal, como as classes populares constroem seu acesso ao cinema?

4. Um caminho para o acesso

No Brasil, políticas culturais a partir dos anos 90/2.000 imprimiram uma visão de igualdade de direitos, criando editais públicos que valorizam os diversos campos socioculturais, dando voz às produções independentes, bem como proporcionando espaços alternativos de exibição de produtos culturais como o cinema, por exemplo. Em 2003, o Ministério da Cultura criou a Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural que apoiaria atividades desenvolvidas que viabilizassem o intercâmbio cultural com vista à promoção da cidadania.

O Programa Cultural para o Desenvolvimento do Brasil do Ministério da Cultura entende a cultura como um direito do cidadão.

A cultura é um direito básico do cidadão, tão importante quanto o direito ao voto, à moradia, à alimentação, à saúde e à educação; Deve-se conjugar a política pública de cultura com as demais políticas governamentais e sintonizá-las com um novo projeto de

desenvolvimento para o país; O Brasil demanda políticas públicas que, ao mesmo tempo promovam o desenvolvimento cultural geral da sociedade, contribuam para a inclusão social e para a geração de ocupação e renda e afirmem a nossa singularidade diante das demais culturas do mundo. (Ministério da Cultura, 2006, p.13)

Essa política é implementada através da criação de leis de incentivo às artes como a Lei do Audiovisual e a Lei Rouanet. Além dessas leis, o Programa Cultura Viva criou os Pontos de Cultura em 2004, que visam contemplar iniciativas de projetos culturais que já vinham se desenvolvendo em comunidades, fomentando, assim, o crescimento de produções que promovam educação, cultura e cidadania nestes espaços populares.

No que se refere mais especificamente ao audiovisual, a Secretaria de Audiovisual (SAV) adotou outras estratégias como os Pontos de Difusão. Estes têm a função de fornecer equipamentos digitais com o intuito de fomentar a criação de cineclubes, valorizando e ampliando o circuito alternativo de audiovisual. Neste modelo, a ideia é aproximar o espectador de produções nacionais, criando espaços não comerciais de exibição dos filmes, como escolas, universidades, centros culturais, dentre outros. Já o Cine mais Cultura é um edital direcionado a municípios com até 20.000 habitantes. Nesse edital são contemplados projetos de exibição de filmes tanto nacionais como estrangeiros associados a palestras e debates sobre audiovisual. Outros editais e programas culturais dão incentivo e oportunidades a realizadores em audiovisual, como Revelando os Brasis, AnimaTV, Olhar Brasil, Nós na Tela, viabilizando a produção, circulação e consumo de cinema.

Assim, assistidas por essas políticas públicas ou não, Centros Culturais, ONGs, Institutos, Projetos Sociais, dentre outros, proporcionam o consumo deste bem cultural a pessoas, que em muitos casos, nunca tinham visto um filme na telona.

Um exemplo de lugar de acesso que resolvemos acompanhar como pesquisadoras é o Cinema do CUCA, localizado na Barra do Ceará, conforme destacamos antes. Com esse olhar para a exibição

e recepção do cinema no Cuca Che Guevara, pretendemos levantar as primeiras pistas para pensarmos os modos como as classes populares constroem sua relação com o cinema a partir de espaços de exibição gratuita e localizados mais próximo às suas residências.

5. O caso das classes populares no CUCA barra

Neste artigo vamos fazer uma abordagem específica da sala de cinema localizada no CUCA Barra, situado na Barra do Ceará em Fortaleza. A Barra do Ceará é considerada o berço histórico do estado, por ter sido o local onde teve início a colonização do território. Na localização geográfica, o bairro se limita ao Norte com o Oceano Atlântico, ao Sul com os bairros: Vila Velha, Jardim Iracema e Floresta, ao Leste com Cristo Redentor e Álvaro Weyne e a Oeste com Praia de Iparana, este último pertencente ao município de Caucaia. De acordo com Pesquisa Cartográfica de Fortaleza, toda essa área se caracteriza por uma região periférica com IDH considerado baixo, sendo a Barra do Ceará, o segundo bairro mais populoso da capital com 72.423 habitantes. Moradores de um bairro com esse perfil, em sua grande maioria, não têm acesso aos bens culturais. Em nossa pesquisa de campo, verificamos que muitos dos entrevistados estavam tendo o primeiro contato com a sétima arte. Sendo, pois, aquele, o primeiro filme que assistiam no cinema. Sabe-se que ao plano da herança cultural, as classes subalternas foram vistas durante muito tempo como desprovidas do “código” necessário à percepção da arte, e, de certa forma, as periferias das grandes cidades ainda respiram resquícios deste modo de representação sobre o consumo cultural popular.

Contudo, com a busca pela valorização das diversas leituras que o espectador possa fazer das obras de arte, considerando o campo da recepção em sua amplitude de interpretação das mensagens, Canclini (2015, p. 150) assinala que “diferentes estruturas do campo artístico e, às vezes, de seus vínculos com a sociedade, geram interpretações diversas das mesmas obras”.

Assim, não existe uma forma correta de entender e decodificar a produção artística e estas obras não contém um único significado. A produção de sentidos está no olhar do espectador.

O CUCA Che Guevara é um equipamento público, criado em 2009 e está localizado na Barra do Ceará, com uma capacidade para atender até 3.500 jovens por dia em suas diversas atividades de formação, cultura, esporte e lazer que tem como missão estimular o respeito à diversidade socioeconômica, política, ideológica, cultural e sexual dos jovens, reconhecendo o pluralismo, as diferentes identidades e suas formas de expressão, construindo um novo patamar de empoderamento e autonomia da juventude de Fortaleza. Nestes locais são ofertados cursos nas áreas de audiovisual, teatro, música, gastronomia, fotografia, circo, comunicação, dentre outros. Com acesso gratuito, os cursos contemplam jovens entre 15 e 29 anos. Além dos cursos, é oferecida uma programação cultural no Teatro e no Cinema. No entanto, nesse artigo trabalharemos apenas com a sala de cinema.



FACHADA DO CUCA - Foto Luciene Ribeiro/Setembro, 2017

A sala de cinema é um espaço com uma tela e cadeiras acolchoadas, um bom sistema de som, com capacidade para 70

pessoas. Neste espaço, acontecem dois tipos de programação: O Cine CUCA e Curta mais Cinema.



SALA DE CINEMA CUCA BARRA - Foto Luciene Ribeiro/Setembro, 2017

O Cine CUCA tem uma programação bem diversificada com exibições de quinta a domingo. Sendo que quinta-feira, sexta-feira e sábado, as sessões são às 15h, 17h e 19h. Nestas sessões, são exibidos filmes que já saíram do circuito comercial, de vários gêneros. Geralmente, os filmes de 15h e 17h são direcionados para a família e para as crianças, com classificação livre. As sessões de 19h são voltadas para um público de maior faixa etária, mas, em sua maioria, é frequentado pelo público jovem.

O Curta mais Cinema é um projeto direcionado às escolas públicas, onde estas agendam uma data, previamente estabelecida, pois de acordo com a programação, esse tipo de exibição acontece, geralmente, às quartas-feiras pela manhã às 9h e à tarde, às 15h. Nesse tipo de evento, os alunos fazem uma visita guiada conhecendo um pouco de cada projeto desenvolvido e assistem a um filme. Após a sessão, existe uma conversa com um mediador convidado. Geralmente, alguém da área de cinema. O tema do filme, muitas vezes, está direcionado a uma temática desenvolvida

na programação mensal, que abrange a maioria das outras programações, como o Teatro, por exemplo.

6. A Aproximação com o Campo de Pesquisa

Observar o outro, o contexto do outro constitui um desafio no trabalho em campo. Perceber como é essa dinâmica do campo, interpelar pessoas é mergulhar no desconhecido, procurando respostas que não sabemos se encontramos. Deparar-nos com o novo, um novo olhar, um olhar desperto, apurado, observador. São essas algumas inquietações que permeiam nossa mente nas primeiras visitas ao CUCA Barra.

Ao chegarmos ao CUCA pela primeira vez, começamos a observar as pessoas, como elas se deslocavam no espaço. Algumas pessoas conversam, as crianças correm, brincam. Pequenos grupos ensaiam em lugares diversos, seja na sala de dança, nos corredores; algumas pessoas assistem aos ensaios e outras conferem a programação cultural do dia num painel próximo a bilheteria, onde estão os cartazes dos filmes que serão exibidos durante a semana. Para ter direito ao ingresso, é necessária a apresentação de um documento de identificação. Após ver as opções de filme, as pessoas pegam o ingresso na bilheteria e se dirigem à sala de Cinema. Geralmente, não tem uma fila para entrar, pois percebemos que as pessoas preferem ficar vendo outras coisas, como grupos dançando ou ir à biblioteca, enquanto chega a hora de começar o filme. Raramente, vemos duas ou três pessoas sentadas próximo à porta da sala de cinema.



ESPECTADORES DO CINE CUCA - Foto Luciene Ribeiro/Setembro, 2017

Aos poucos, fomos entrando neste universo das pessoas que frequentam as atividades. Em um primeiro contato, conversamos com o monitor do Cinema, Leonardo que nos explicou como era o funcionamento do cinema. Passamos a acompanhar a programação, indo ao cinema na semana e no fim de semana, com o propósito de nos aproximar dos espectadores e estabelecer uma relação favorável ao diálogo.

Em nossa primeira ida ao Cinema do CUCA no dia 08 de abril de 2017, assistimos ao filme “Os Delírios de Consumo de Becky Bloom”, uma comédia que trata do consumo exacerbado de produtos da moda: roupas, calçados e outros. Na saída, conversamos com D. Ivânia, que assistia ao filme, acompanhada de sua filha, seis anos. Logo no início do diálogo, um fato nos chama muito atenção: as duas estavam em uma sala de cinema pela primeira vez. Essa constatação nos faz perceber, numa reflexão rápida, a importância de um centro cultural em plena periferia. Refletimos também sobre como, Mãe e filha teriam a partir daquele momento, em fases tão distintas da vida, uma experiência estética com o cinema. Vamos retomar a reflexão sobre essa conversa mais adiante.

No momento da exibição do filme, percebemos uma ritualidade própria daquele espaço: as pessoas entram e saem do cinema em horários diversos, apesar de ter um aviso afixado na porta do cinema que informa da necessidade da entrada em até 20 minutos após o início da sessão. Também observamos que, diferente das salas de cinema do Shopping, aqui não se faz uso de comida e ou bebida, e isso é expressamente proibido em um aviso na porta de entrada. O monitor está sempre acompanhando essa movimentação de entrada e saída, procurando direcionar, principalmente, as crianças, para que se mantenham na sala e buscando chamar atenção para possíveis comportamentos que atrapalhem o funcionamento daquele espaço, como conversas paralelas em um volume mais alto, entradas e saídas da sala com grande frequência. Geralmente, as crianças respondem dizendo que foram ao banheiro. Como parte dessa ritualidade, também percebemos que as vestimentas dos frequentadores são bem simples e que não há uma preocupação em “se arrumar” para ir ao cinema. Talvez a relação de proximidade, como em uma das falas de um entrevistado “sou vizinho do CUCA”, demonstre essa não preocupação com o modo de se vestir, como se estivesse ali, na “calçada de casa”. Martin-Barbero (2006) nos fala dessas ritualidades que se diferenciam de acordo com os espaços culturais e os grupos de espectadores.

Vistas a partir das competências de recepção, as ritualidades, remetem de um lado, aos diferentes usos sociais dos meios, por exemplo, ao barroquismo expressivo dos modos populares de assistir ao filme frente à sobriedade e seriedade do intelectual, para quem qualquer ruído é capaz de distraí-lo de sua contemplação cinematográfica. De outro lado, as ritualidades remetem às múltiplas trajetórias de leituras ligadas às condições sociais do gosto, marcadas por níveis e qualidade de educação, por posses e saberes constituídos na memória étnica, de classe ou de gênero, e por hábitos familiares de convivência com a cultura letrada, oral ou audiovisual, que carregam a experiência do ver sobre a do ler ou vice-versa. (p.19).

Assim, a nossa observação se dá a partir do olhar para os modos como as classes populares vivenciam a experiência estética do cinema no CUCA Barra, verificando traços dessas ritualidades que são próprias daquele espaço.



CARTAZES E AVISOS - Foto Luciene Ribeiro/abril, 2017

Dessas idas e vindas ao CUCA, um dia em particular nos chamou atenção, por que a programação foi escolhida pelo público que se achava ali para ir ao cinema, pois neste dia, a sala de cinema não estava funcionando. Então, esse mesmo público solicitou que a exibição de filme acontecesse na Biblioteca, ao que foi atendido prontamente pela coordenação local. Eles escolheram o filme, no caso, a obra escolhida foi “Cidade de Deus”, longa metragem que lançado em 2002 que aborda o cotidiano de uma comunidade no Rio de Janeiro em meio ao crime organizado. O filme de Fernando Meirelles, sucesso de bilheteria, põe na vitrine da telona um olhar interno de uma comunidade pobre, com atores que não eram conhecidos, que não compunham aquele perfil de beleza colocado nas grandes produções cinematográficas. Essa dinâmica da escolha do filme nos interpela para algumas considerações: Num primeiro

momento, entendemos que o fato de eles estarem ali para ver cinema já denota que esse hábito faz parte do seu cotidiano, ou seja, o cinema foi apropriado pelo público como programação cultural. Em outro momento, percebemos que o fato desse público escolher ver o filme muda toda uma articulação que é feita pela instituição, intervindo no que estava previamente definido. A outra questão vem do tipo de filme escolhido, isso demonstra o gosto dessas pessoas, se afirmando como capazes de fazer uma escolha por um filme que retrata o cotidiano de uma comunidade pobre e que fica como hipótese a ideia de aproximação de suas realidades.

7. As conversas em campo

Fomos acompanhar a exibição de filmes no cinema do CUCA Che Guevara aos sábados a tarde para percebermos cenas desse processo e nos aproximarmos tanto do espaço quanto de seus frequentadores. As idas ocorreram durante os meses de Abril a Junho de 2017. Momentos antes de entrar no cinema, percebemos o interesse das pessoas, principalmente, jovens sozinhos ou em grupos e mulheres com seus filhos. Fomos observando as pessoas e estabelecendo relações para possíveis conversas para a pesquisa. Muitos dos entrevistados estavam tendo o primeiro contato com a sétima arte. Sendo, pois, aquele, o primeiro filme que assistiam.

Em conversas e exibições que participamos junto aos frequentadores do cinema, observamos a importância deste tipo de atividade cultural para aquela comunidade. Ivânia Rocha, 40 anos, acha que “o CUCA é muito importante para a comunidade, pois serve para tirar muitos jovens da criminalidade, dando a eles oportunidade de fazer cursos, de ter lazer, cultura e esporte, coisas que no meu tempo não existia”. (Ivânia Rocha, entrevista, abril/2017). Ivânia, assim como sua filha de seis anos, estavam no cinema pela primeira vez. Assistíamos ao filme “Os delírios de consumo de Becky Bloom”. Durante a exibição, ela ria e a criança também dava suas gargalhadas. Ambas pareciam se divertir com

as trapalhadas em que se metia a protagonista. O filme trata da história de Becky, uma jornalista que enfrenta muitos problemas decorrentes do seu consumo exacerbado de produtos da moda, como: roupas e sapatos. Ao término da sessão, que ocorreu às 15h de um sábado, Ivânia pronunciou: “Foi massa o filme!” Em seguida estabelecemos um diálogo com ela. Perguntamos o porquê da expressão: Foi massa. Ela respondeu: “gostei muito do filme porque a mulher era viciada em comprar e eu também sou assim. Se tivesse dinheiro ia comprar todos os perfumes que eu gostasse” (Ivânia, entrevista, abril/2017). Ela se diz compulsiva por perfumes, mas a situação financeira da família vai mal. Ivânia e o esposo estão desempregados, têm quatro filhos e um deles de dois anos e oito meses, está no hospital desde que nasceu, pois tem uma bactéria no sangue. Ela e a família não têm condições de mantê-lo em casa. Assim, a mulher reflete sobre o filme ao dizer que: “o filme é interessante por que mostrava como é ruim ser viciado em comprar” (Ivânia, entrevista, abril/2017). Ela ressalta que passou a não comprar mais nada por conta da situação da família já relatada acima.

Danilo de 25 anos foi outro entrevistado nosso. Ele é frequentador assíduo do CUCA. “Moro vizinho ao CUCA” (Danilo, entrevista, abril/2017). Danilo nos revela ainda que está com ingresso na mão para assistir ao próximo filme: Sete Homens e um Destino. Ele faz uma breve análise de antes e depois do CUCA no que se refere ao comportamento dos jovens. Para Danilo: “Antes do CUCA, a galera ficava nas esquinas, se metia com o que não prestava. Agora a galera vem pro CUCA. Curte o cinema, a piscina, skate, futebol. Eu gosto mais do Cinema e do Futebol”. (Danilo, entrevista, abril/2017). Quando perguntado sobre o filme que mais gostou, ele diz: “Sr. e Sra. Smith. Já assisti várias vezes!”. Ele fala que é muito bom vir ao cinema no CUCA. Indagamos se ele já tinha ido ao cinema além do espaço do CUCA, em algum shopping. Danilo nos relatou que sim. Perguntamos se havia alguma diferença para ele entre esses dois espaços e formas de exibição dos

filmes. Ao que ele respondeu: “acho que não, mas só que aqui no CUCA, às vezes, tem uma galera que fica conversando, que não quer mesmo ver o filme, isso é diferente do shopping”. (Danilo, entrevista, abril/2017).

Maria de Lourdes, 35 anos, moradora da Barra do Ceará foi outra pessoa que nos traz detalhes do consumo das classes populares no cinema do espaço CUCA. Maria tem uma filha de 18 anos que faz capoeira no CUCA. Ela começa dizendo que é a primeira vez que tinha assistido a um filme no CUCA, pois “não sabia que tinha cinema de graça aqui”, afirma. Ela acha muito importante a chegada do CUCA na comunidade, por que oferece muitas oportunidades. “Antes, quando não tinha o CUCA, aqui muitos jovens se envolviam com a Droga. Eu perdi meu marido, ele morreu por causa de Droga. Então, ter diversão aqui de graça e cursos também é muito bom para os jovens”. (Maria de Lourdes, entrevista, Junho/2017). Ela já viu cinema em um shopping da cidade. Dentre os filmes que assistiu, estão: Bob Esponja – Chuva de Hamburguer e 50 Tons de Cinza. O filme que assistiu no CUCA foi Paranorman e achou bem interessante por que Norman Babcock é um garoto que consegue conversar com os mortos. O filme faz uma transição entre a representação (monstros na TV) à vida real (monstros na vida do personagem). Em nossa conversa percebemos que, nesse momento, Maria parece refletir sobre monstros da vida real. Em nossa aproximação fica a hipótese que esses monstros assumem problemas da vida real enfrentados por Maria. Um exemplo de problema que ela enfrentou em sua vida, durante a convivência com seu esposo, é a problemática da Droga que é muito citada por ela como algo ruim para a vida das pessoas. Maria sempre procura algo que tenha a ver com esse tema. No dia da exibição do filme, ela estava lendo “o Preço do Vício”, um livro sobre casos de pessoas viciadas.

Outra de nossas conversas em campo foi estabelecida com Cailane, 12 anos. Ela mora no Parque Leblon em Caucaia. Veio ao cinema com a vizinha, Maria, 38 anos, amiga da sua mãe, que

trouxe, além dela, os quatro filhos, Iana de 11, Ítalo, 15, Suiane 13 e Davdson, 6 anos. Todos gostam muito de vir ao cinema no CUCA. Maria conta que elas sempre fazem assim: “um final de semana, ela vem e traz todos e no outro fim de semana, vem a sua vizinha com todos: adolescentes e crianças” (Maria, entrevista, Junho/2017). Todos assistiram Para Norman. Maria afirma que: “é bom demais esse cinema aqui, por que antes, a gente não tinha pra onde ir. Não tinha uma diversão pra esses meninos. Chegava no sábado, não tinha o que fazer. Agora a gente traz eles pra cá. Eles gostam, se diverte”. (Entrevista, Maria, Junho/2017). Cailane diz que “achou muito engraçado o filme, que o menino falava com os mortos e era de animação que era bem legal” (Cailane, entrevista, Junho/2017). Quando perguntamos sobre como chegavam ao CUCA, Maria diz: “a gente vem a pé mesmo, é só atravessar a ponte”. Diante desses relatos, percebemos que o cinema é uma importante forma de lazer para as classes populares e que suas leituras dos filmes, em um primeiro olhar, estão associadas ao processo de identificação, com algum despertar crítico para problemas macro da sociedade como as demandas da periferia. Contudo, precisamos nos aprofundar mais na investigação de campo para conhecermos as pontes e caminhos que as classes populares percorrem para ir ao cinema.

Considerações finais

As falas de nossas fontes e as observações em campo revelam que a sala de exibição do Cuca Che Guevara amplia a proposta do CUCA que se destina essencialmente as juventudes em sua programação e proposta de criação. Ao cinema veem jovens, adolescentes, crianças e mulheres. Ao todo, algumas marcas atravessam os modos de vir ao cinema: o acesso fácil e gratuito, a proximidade de suas casas e a vontade de ver filmes e sair de casa, a necessidade de se divertir e rir para esquecer, mesmo que por instantes, os dramas dos mundos vividos. Observamos que o

cinema do Cuca representa um espaço público de fundamental importância para as classes populares. Notamos também que será em meio a muitos problemas como: carências sociais e doenças dos filhos que as classes populares procuram o cinema para sorrirem e se divertirem. São os conflitos e tensões cotidianas como a aproximação com as drogas que revelam atos de leituras e modos e ver filmes. Quando se referem aos filmes, a grande maioria dos entrevistados traz algo de suas vidas para falar das histórias narradas no cinema. Estes fatores revelam que o consumo cultural está aproximado dos problemas da vida cotidiana.

Referências

BENJAMIM, Walter. – O Marxismo da Melancolia/ Leandro Konder – 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

BOURDIEU, Pierre – A Distinção – Crítica social do Julgamento. Tradução: Daniela Kern, Guilherme J. F. Teixeira. 1 reimpr. – São Paulo; Porto Alegre, RS: Zouk, 2008. 560p. Tradução de La Distinction: Critique Sociale Du jugement.

COSTA, Flávia Cesarino. Primeiro Cinema. In: MASCARELLO, Fernando (org.) – História do Cinema Mundial. Campinas, SP. Papiruts, 2006 – (Coleção Campo Imagético).

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JOHNSON, Richard; SCHULMAN, Norma; SILVA, Tomaz Tadeu da. O que é, afinal, estudos culturais? Belo Horizonte: Autentica, 2004.

GARCÍA CANCLINI, Néstor – Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade. Ed da Universidade de São Paulo. SP 2015

HALL, Stuart – Reflexões sobre o modelo de Codificação/Decodificação – Uma Entrevista com Stuart Hall. Boulder/Oxford: Westview Press, 1994. Tradução de Ana Carolina Escosteguy e Francisco Rudiger.

IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada). Políticas sociais – acompanhamento e análise / 16. Novembro de 2006.

MARTIN-BARBERO, Jesus – Dos Meios as Mediações. Comunicação, Cultura e Hegemonia. 4ª Edição, Rio de Janeiro. Editora UFRJ, 2006

_____. Diálogos Midiológicos – 6. Comunicação e Mediações Culturais – Uma entrevista com Jesús Martin Barbero por Claudia Barcellos. Rádio CBN São Paulo 2.000.

MARTINS, Fernanda A.C – Impressionismo Francês. In: MASCARELLO, Fernando (org.) – História do Cinema Mundial. Campinas, SP. Papiruts, 2006 – (Coleção Campo Imagético).

MATO, Daniel - Todas as indústrias são culturais: crítica à idéia de «indústrias culturais» e novas possibilidades de pesquisa. Matrizes 2008.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Programa cultural para o desenvolvimento do Brasil. Brasília, DF, novembro de 2006.

OLIVEIRA, Catarina Farias de. Comunicação, recepção e memória no Movimento Sem Terra: etnografia do assentamento Itapuí/RS. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2014.

REDE CUCA – Programação mensal 2017.

RUDIGER, Francisco. Theodor Adorno e a critica a indústria cultural: comunicação e a critica a sociedade. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2004.