



# Públicos de cinema, estratégias de diferenciação e Sociologia da Cultura

*Cinema audiences, differentiation strategies and Sociology of Culture*

Fábio de Sousa Neves 

fabioneves125@gmail.com

Universidade Estadual do Ceará - UECE

 10.52521/opp.v22n47.12697

## FLUXO DA SUBMISSÃO

Submissão do trabalho: 13/03/2024

Aprovação do trabalho: 23/02/2025

Publicação do trabalho: 31/03/2025

## Resumo

A proposta de investigação deste artigo situa-se dentro da área da Sociologia da Cultura e consiste em analisar a conformação dos gostos existentes a partir do consumo cultural cinematográfico na cidade de Fortaleza, no Ceará, tendo como recorte empírico o público de dois espaços específicos: o Cineteatro São Luiz (com programação variada entre filmes consagrados pelo grande público a produções *cults* e alternativas) e o Cinema do Dragão (possuindo uma programação que foge ao cenário *mainstream*). São investigados os condicionantes sociais responsáveis pela construção do gosto e de preferências por determinadas produções fílmicas nos cinemas explicitados. São traçados perfis gerais entre os públicos e suas práticas, mediante a utilização de questionários. As entrevistas e as observações de campo *in loco* funcionaram como métodos complementares para a compreensão das diferenças entre os públicos. A partir disso, foram considerados alguns aspectos dos espectadores como faixas etárias, moradias e grau de instrução. Para tanto, a base teórica deste trabalho encontra na Sociologia da Cultura e nas análises sobre gosto e consumo sua orientação geral.

## Palavras-chave

Sociologia da Cultura. Cinema. Consumo. Distinções.

## Abstract

The hereby article is located within the area of Sociology of Culture and consists of analyzing the development of the current tastes in the cinematographic consumption in the city of Fortaleza, Ceará, based on the audience of two venues, namely: Cineteatro São Luiz (which screens a wide range of movies, including productions acclaimed by the general audience and alternative ones) and Cinema do Dragão (which screens movies apart from the mainstream circuit). In this sense, social determinants responsible for the construction of tastes and preferences for certain film productions in the aforementioned movie theaters were examined. General profiles are drawn between the audiences and their practices by the use of questionnaires. Interviews and field observations on the spot served as complementary methods for understanding the differences between audiences. From this, some aspects of the viewers were taken into consideration, such as age groups, housing and educational level. For this purpose, the theoretical basis of this work finds its general orientation in the Sociology of Culture and in the analyses on taste and consumption.

## Keywords

Sociology of Culture. Movie theaters. Consumption. Distinctions.

## Introdução

O processo de surgimento do cinema, ainda que idealista, como atenta Bazin (1991), está imerso na junção de diferentes formas culturais, revelando transformações de um tempo. Assim, a produção do cinema só se efetiva com a montagem das partes que compõem um filme (como cenários, roteiros, fotografias e áudios), por intermédio do trabalho de especialistas, tais como diretores de produção, engenheiros acústicos, operadores de câmera, iluminadores etc. As ações dos especialistas estabelecem e ordenam o processo de produção cinematográfico (BENJAMIN, 2013).

Todavia, após esse ordenamento, há a necessidade de existirem espaços onde essa produção possa ser exibida. O século XX traz consigo particularidades e desafios quanto aos espaços de exibições de filmes no Brasil. Um dos momentos que podemos elencar aqui se situa a partir da incorporação da reprodução sonora mecânica e sincrônica, o que impôs a necessidade aos exibidores em comprar equipamentos caros, empregar novos funcionários e pagar taxas mensais de manutenção. Os empresários desse circuito, viram-se obrigados a realizar reformas estruturais nos espaços que os filmes seriam exibidos, procurando melhorar a acústica dos locais e regularizar o fornecimento de eletricidade. Por diversos fatores, entre eles o estrutural, as salas de exibições no Brasil entram numa dinâmica em que passam por crises e retomadas (FREIRE; ZAPATA, 2017). Essa dinâmica do cinema estava imersa também em fenômenos como o da industrialização e da expansão de mercados de produtos e serviços industrializados ao longo do século XX.

Tal perspectiva compõe também os estudos sobre a produção, mediação e recepção dos bens culturais, os quais podem ter caráter restrito ou expandido, desenvolvendo-se de forma distinta em diferentes locais. Em meados de 1930, nos Estados Unidos, já despontavam os debates à luz da Sociologia sobre os bens culturais. Na Europa, somente no pós-guerra.

No caso do Brasil, tal debate veio acontecer décadas depois. Percebido por suas dinâmicas particulares, não seria suficiente apontarmos para causas sociais mais gerais responsáveis por “atrasar” as reflexões sobre a cultura voltada para o mercado. Na verdade, é necessário entendermos as especificidades da discussão sobre cultura. A partir da compreensão das particularidades brasileiras é que então poderemos entender as implicações marcadas pelos debates em curso e como se transformam com a vinda das indústrias culturais, consolidadas num cenário autoritário durante a ditadura militar brasileira (ORTIZ, 2006).

Com o surgimento e consolidação de um mercado de bens de consumo no Brasil, podemos perceber uma modernização pautada no autoritarismo do regime militar que se instaura a partir de 1964, trazendo duplo significado: político e econômico. O

Estado atuou junto às esferas culturais, incentivando a criação de novas instituições, iniciando um longo processo de gestação de políticas voltadas à cultura. Promovem uma indústria cultural, mas em seu aspecto político se utilizam de repressões, censuras, exílios, prisões, e outros meios de reprimir os pensamentos contrários ao regime (ORTIZ, 2006).

Em um cenário de construção de um mercado de bens culturais, o consumo do cinema se insere. Em um caráter relacional, a proposta deste artigo consiste em analisar a formação de públicos de dois cinemas específicos situados na cidade de Fortaleza, no Ceará. Trata-se dos Cineteatro São Luiz e Cinema do Dragão.

Para tanto, procuramos averiguar o impacto social do cinema, sobre certos agentes, a partir da análise de determinados condicionantes culturais e sociais responsáveis pela construção do gosto e de preferências pelo consumo de filmes nos espaços elencados para esta investigação.

O Cinema do Dragão encontra-se dentro do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura (CDMAC). Este, por sua vez, concebido como um espaço público que busca fomentar atividades e manifestações culturais. Localiza-se na orla marítima da cidade de Fortaleza e funciona como ambiente capaz de produzir informação, conhecimento e cultura, embora existam visões antagônicas sobre sua utilidade e por quem ele é utilizado (GONDIM, 2007).

O CDMAC foi criado durante o governo de Tasso Jereissati (1995-1998) e entregue em 1999, orientado pela Secretaria de Cultura do Estado do Ceará (Secult-CE), gestão de Paulo Linhares, por intermédio de ações como a *Lei Estadual de Incentivo à Cultura*, também conhecida como *Lei Jereissati* (1995) (GARCIA, 2012).

Tal empreendimento nasce através dos investimentos dos governos mudancistas<sup>1</sup>, sendo criado pela Secult-Ce e tendo como finalidade capacitar e formar profissionais para o mercado cultural emergente no Ceará. Segundo Barbalho (2005), a justificativa para tais investimentos eram as mesmas encontradas no Plano de Desenvolvimento Cultural<sup>2</sup>, enxergando a importância das novas configurações que a comunicação toma na economia mundial. O surgimento do CDMAC se realiza a partir da necessidade de uma adequação do Ceará a esse mercado cultural (BARBALHO, 2005, p. 277).

1 As eleições de 1986 inauguraram um novo momento político no Ceará: o dos Governos das Mudanças, liderados pelos governadores Tasso Jereissati (1987-1990; 1995-1998; 1999-2002), Ciro Gomes (1991-1994) e Lúcio Alcântara (2003-2006). Eles traziam contraponto aos coronéis Virgílio Távora, Adauto Bezerra e César Cals, que eram as lideranças entre as décadas de 1970 e 1980, identificados por seus opositores como conservadores. Os mudancistas, como eram identificados, preconizavam modernizar o Ceará. Havia uma espécie de embate entre o coronelismo e o empresariado, entre a modernidade e tradição, norteando parte considerável da cultura política cearense desde a consolidação desses polos opositores. (BARBALHO, 2007, p. 112)

2 Plano que estabelece objetivos, ações, metas e princípios que guiam o desenvolvimento cultural de um setor ou de um território, possibilitando a sustentação norteadora para determinadas políticas culturais.

Já o Cineteatro São Luiz, em seu início chamado de Cinema São Luiz, ou apenas Cine São Luiz, foi construído pela empresa de Severiano Ribeiro<sup>3</sup>, e inaugurado em 1958, também na cidade de Fortaleza. A ideia do nascimento desse cinema era proporcionar algo “majestoso” num momento em que diversas salas de exibições de filmes passavam a fechar na cidade. Em 1991, o Cine São Luiz foi tombado por seu valor como patrimônio histórico, cultural e arquitetônico, recebendo, portanto, investimentos que levaram à chegada de novos equipamentos para as projeções de audiovisual. Em outubro de 2011, o São Luiz foi adquirido pelo Governo do Estado do Ceará e, em dezembro de 2014, foi revitalizado e reinaugurado com a intenção de difundir a cultura e propagar uma infinidade de espetáculos artísticos, efetivando-se como cineteatro.<sup>4</sup>

A criação dos cinemas especificados se dá a partir de momentos distintos, bem como a programação também se diferencia. Contudo, os dois espaços estão fora da dinâmica de cinemas em espaços privados, como em *shopping centers*.

## 1 Metodologia

Ao buscar compreender as práticas culturais geradas mediante o consumo de determinados bens culturais, como os propagados nos espaços explicitados para a análise presente neste artigo, Bourdieu (2007) desenvolve suas pesquisas sobre a construção do gosto e evidencia ao menos duas dimensões da vida social: uma que se refere às desigualdades estruturais, de classe, e outra relativa ao reflexo disso nas disposições subjetivas. Portanto, a predileção analítica deste artigo está situada em uma dinâmica relacional em que a dimensão estrutural, a partir de condicionantes variados, ganha destaque.

O que está sendo analisado são dois fenômenos que se interligam: o consumo de filmes e os condicionantes para a construção dos gostos. Para isso, a construção do corpo empírico ocorreu a partir de algumas metodologias em caráter complementar. Foram utilizados questionários<sup>5</sup> e entrevistas, ambos coletados ao longo dos anos de 2016 e 2017 em Fortaleza, no Ceará. Ao todo foram aplicados 97 questionários e 11 entrevistas que foram realizadas somente com os interlocutores que responderam os questionários e que autorizaram que entrássemos em contato para a realização de entrevistas. Por

3 Da união entre Luiz Severiano Ribeiro (pai) e Maria Felícia Caracas (mãe) nasceria Luiz Severiano Ribeiro Filho, que, após a morte de seu pai, retiraria o Filho de seu nome. Natural de Baturité, no Ceará, o jovem desenvolveu certas aptidões para o comércio, abrindo livrarias e cafés por Fortaleza. Um desses cafés, o Riche, posteriormente foi transformado em cinema (VAZ, 2008).

4 Disponível em: < <https://www.cineteatrosauliz.com.br/nossa-historia> >. Acesso em: 17 jan 2025.

5 O questionário servindo como um meio de traçar, minimamente, os perfis dos expectadores dos cinemas do Dragão e do São Luiz. Foram realizados questionários com pessoas maiores de 18 anos, o que já delimita um determinado perfil a ser compreendido, no caso, o de pessoas adultas.

meio dos questionários, a intenção é traçar um perfil mínimo dos públicos dos dois cinemas. Com as entrevistas, procuramos elucidar algumas questões que os questionários não alcançaram.

Buscando compreender o que está sendo desenvolvido e o que está em jogo pelos agentes sociais imersos no fenômeno do consumo cultural cinematográfico, os métodos quantitativos e qualitativos foram aliados na medida em que “as pesquisas sobre as práticas culturais tomam emprestado tanto de um quanto das outras” (BÉRA; LAMY, 2015, p. 99) os elementos para apreensão de uma dada realidade social.

A partir disso, percebemos dois planos que se desvelam pela associação das técnicas. O primeiro referente aos sistemas de práticas culturais; o segundo diretamente ligado ao plano individual. Vale ressaltar que:

Os dois métodos, qualitativo e quantitativo, dialogam, pois, entre si, e convidam o pesquisador a estar particularmente atento ao peso que ele acorda a cada um. Em articulando-os, ele também se torna sensível às especificidades metodológicas, aos seus aportes diferenciados, bem como à sua própria prática de campo (DIETRICH; LOISON; ROUPNEL, 2015, p. 178).

De maneira também complementar, fizemos uso das observações das *redes sociais*<sup>6</sup>, fundamentalmente a observação no *Facebook*, tendo em vista que este possibilitou a construção sistematizada das programações exibidas nos cinemas. Isto é, a partir das páginas oficiais do Cineteatro São Luiz e do Cinema do Dragão nessa rede social, registramos todas as programações fílmicas em festivais, em exhibições regulares, ou mostras e eventos em geral. A partir desse acervo de informações, coletamos, mais precisamente, a programação exibida entre dezembro de 2016 a dezembro de 2017, período este em que foram adquiridos os dados *in loco*.

Os aspectos escolhidos para a presente análise não possuem valor irredutível em si, mas, como atentam Paugam e Vedel (2015, p. 295), “elas [as condutas e condicionantes escolhidos na pesquisa] carregam as condições sociais históricas, políticas e culturais que o trabalho de interpretação terá por objetivo reconstituir”, impulsionando assim os fatores que possibilitam prestar contas dos contrastes objetivados.

Desse modo, comparar elementos como a construção de gostos, consumos e distinções funciona como meio de compreender os públicos dos Cineteatro São Luiz e

6 A expressão ‘redes sociais’ conheceu um sucesso crescente nos últimos anos e traz consigo vários fenômenos. Recentemente, designamos assim as plataformas virtuais na internet que, como o *Facebook*, o *Flickr*, o *Instagram* ou o *Jiwa*, permitem aos membros inscritos compartilharem objetos eletrônicos (músicas, fotos, filmes, etc.) com outros inscritos na plataforma, designados ‘amigos’. [...] A expressão ‘redes sociais’ em sociologia das redes não reenvia a uma realidade objetiva, mas, acima de tudo, a um método, ou antes, a uma gama de métodos para estudar sob um determinado ângulo, não exclusivo, as relações sociais. [...] Interpretar as redes sociais significa aqui, acima de tudo, interpretar as construções científicas oriundas destes métodos, que podem ser aplicados ou não em realidades comumente de designadas redes (CODECHOT, 2015, p. 270).

Cinema do Dragão. Cabe salientar que, embora o espaço do São Luiz abrigue programações variadas para além das exhibições de filmes, o foco deste artigo se encontra delimitado no consumo cinematográfico. Tal consumo, em certa medida, transita entre filmes que vão do *cult*<sup>7</sup> ao *blockbuster*<sup>8</sup>.

A programação do Cinema do Dragão e do Cineteatro São Luiz<sup>9</sup>, em certa medida, traz programações variadas, indo de filmes que possuem apelo ao grande público àqueles nichados. Cabe salientar que essa ideia de “grande público” está associada à noção de massa, que, embora questionável, trata-se de uma coletividade de grande extensão, heterogênea em relação à origem social e espacial dos membros dessa coletividade e socialmente desestruturada (COHN, 2014).

Como contraponto a essa ideia, pode ser percebida uma concepção diferente, de inspiração conservadora, a concepção de “elite”, concebida como uma minoria que, por meio de uma infinidade de componentes de “superioridade”, exerce dominação sobre uma maioria não organizada (COHN, 2014, p. 41).

Tendo em vista a existência de diferenciações e disputas que a operacionalização da ideia entre elite e massa possa trazer, faz-se necessário caracterizar as tendências dominantes na esfera cultural, composta pelo conjunto de bens culturais produzidos e consumidos em escala ampliada, industrial e articulada de forma relativamente *autônoma*. Com base nisso, podemos traçar a ideia de um sistema cultural peculiar que as ciências sociais analisam a partir do termo “cultura de massa” (COHN, 2014, p. 124).

Faz-se importante expor esse contraponto entre massa e elite para, então, caracterizar ainda que brevemente, suas diferenciações. Isso possibilita trabalhar metodologicamente para além de meras polaridades, tendo em vista que, no Brasil, como mostra Ortiz (1994), o imbricamento entre as esferas de bens de massa e de bens eruditos são reorientadas ao ponto de os consumidores dos bens simbólicos brasileiros não estarem limitados a consumir em função dos capitais culturais e/ou econômicos que possuem. Entretanto, não é preciso aqui operacionalizarmos em termos de dualidade. Interessante é ir além, compreendendo as relações que permeiam as práticas culturais em seu processo de conformação de gostos, que, para tal investigação, os condicionantes sociais variados e o consumo se fazem de importância central.

7 Definir o que seriam os filmes *cult* é entrar em um campo de perspectivas diversas, sendo uma tarefa difícil construir tal definição delimitante. Há pesquisadores, como Sconce (1995), que associam o filme *cult* a uma espécie de ruptura ao rejeitar hierarquias de gosto. Contudo, pensar esse *cult* como um modelo de modificação de formas genéricas clássicas ou padrões nos oferece um caminho analítico (GRANT, 2008).

8 Os *blockbusters* são filmes produzidos pela indústria cinematográfica, voltados para o grande público, costumeiramente produzidos por grandes estúdios, contando com filmes como *Harry Potter*, *Piratas do Caribe*, *Toy Story* etc. Os *blockbusters* estão imersos no cenário *mainstream*. O *mainstream* é um termo que se associa de maneira ampla a uma “cultura de mercado”, aquela que é dominante (MARTEL, 2013).

9 O Cineteatro São Luiz, dentre os dois cinemas, é aquele que traz uma diversidade maior de programação entre filmes *blockbusters* e *cults*.

Assim, é possível destacar que o cinema se trata de uma totalidade de processos. Portanto, à luz da sociologia da cultura, ao buscar compreender as práticas culturais dos espectadores, percebemos que as articulações teóricas e empíricas sobre tal tema revelam ao menos duas dimensões da vida social: uma que se refere às desigualdades estruturais, de classe, e a outra relativa ao reflexo disso nas disposições subjetivas dos indivíduos que frequentam as salas de cinemas.

## 2 Discussão e Resultados

### 2.1 Os consumos e as preferências cinematográficas como expressão de gostos e práticas culturais

Tratamos aqui dos hábitos culturais, que podem caracterizar aspectos da estratificação social, elemento importante na investigação das relações sociais e suas desigualdades. Nesse sentido, os consumos dos bens culturais são decisivos no entendimento da esfera do cotidiano que envolve diretamente a cultura. As preferências estéticas e as práticas culturais participam de espécies de *ritos de identificação da vida social* (COULANGEON, 2014).

Quando Bourdieu (2007) busca compreender a combinação entre as características do estilo de vida e as versatilidades do *status* e origem social, associa-as como componentes de uma dimensão de uma teoria das culturas de classes, que se sustenta, além das relações de produção, na dimensão do simbólico.

Em uma obra como *A distinção*, Bourdieu (2007) elucida que os indivíduos são entendidos por suas atitudes culturais, que podem muitas vezes escapar ao seu controle. Partindo de uma longa pesquisa sobre os gostos e os consumos na França, o autor compreende que as classes sociais se distinguiram umas das outras por intermédio da sucessão e transmissão de certos valores e traços culturais responsáveis por um condicionamento frente aos comportamentos dos indivíduos nas mais variadas áreas da vida social. Estes comportamentos estariam inseridos em atitudes morais, nas opiniões políticas, também em relação às vestimentas, aos hábitos alimentares, aos gostos e às práticas culturais.

O que Bourdieu (2007) faz é mostrar como o consumo ocupa um espaço privilegiado na construção de certos gostos e estilos de vida. A partir do consumo dos bens culturais e da posse de tipos variados de capitais, os indivíduos expressam, em alguma medida, suas origens sociais, seus níveis escolares etc. O autor ainda enfatiza que:

O gosto está na origem do ajuste mútuo de todos os traços associados a uma pessoa e recomendados pela antiga estética para o *fortalecimento mútuo* fornecido por cada um: inume-

ráveis informações produzidas, consciente ou inconscientemente, por uma pessoa reduplicam-se e confirmam-se indefinidamente, oferecendo ao observador advertido a espécie de prazer que as simetrias e as correspondências resultantes de uma distribuição harmoniosa das redundâncias proporcionam ao amante das artes. [...] Assim, o gosto é o operador prático da transmutação das coisas em sinais distintos e distintivos, das distribuições contínuas em oposições descontínuas; ele faz com que as diferenças inscritas na *ordem física* dos corpos tenham acesso à *ordem simbólica* das distinções significantes (BOURDIEU, 2007, p. 165-166).

O cenário de industrialização da cultura e de ampliação do consumo em larga escala contribui para a padronização de determinados gostos. Quando Adorno e Horkheimer (1991) buscam compreender tal fenômeno, mostram que a sociedade contemporânea tende a conferir um ar de semelhança às coisas, em que a indústria cultural buscaria eliminar as diferenças, criando uniformizações a partir de padrões de uma racionalidade técnica da produção dos bens culturais.

O elemento padronizador desempenha na verdade o papel de parâmetro em relação ao qual a cultura enquanto mercadoria pode ser reconhecida. Seu pólo (*sic*) oposto se configura na arte. A comparação com a música clássica é reveladora. Adorno recusa compreender a diferença entre esses dois tipos de manifestações musicais atribuindo a cada uma delas um nível diferente (ORTIZ, 2016, p. 226).

É justamente no polo oposto ao *mainstream* em que se situam várias das produções fílmicas exibidas no Cinema do Dragão e, em certa proporção, no Cineteatro São Luiz. A partir da junção das programações fílmicas e dos condicionantes sociais que levam à construção dos gostos por esses dois cinemas, bem como dos filmes exibidos neles, podemos traçar uma compreensão acerca das estratégias de diferenciação que levam à construção dos perfis de públicos dos dois espaços.

A formação de públicos e plateias pode seguir caminhos variados, dependendo ainda de quais bens culturais estão sendo ofertados, em qual espaço geográfico, para quais tipos de consumidores, isto é, se não há uma padronização na oferta, ela não é homogênea.

Nas salas dos cinemas do Cineteatro São Luiz e do Cinema do Dragão, apesar de certo padrão, as programações dos filmes exibidos não são homogêneas, contam com filmes nacionais, como também com uma gama vasta de filmes internacionais. Temos como exemplo algumas obras estrangeiras exibidas ao longo de dezembro de 2016 a dezembro de 2017 (período de coleta de dados da pesquisa nos dois espaços) no Cinema do Dragão: *Jovem Mulher* (França), *Invisível* (Argentina), *Mulher do pai* (Uruguai), *Os belos dias de Aranjuez* (França/Alemanha), *David Lynch: a vida No de um artista* (EUA/Dinamarca), *Frantz* (França/ Alemanha), entre outros. O Cinema do Dragão, com sua diversidade de programação, ainda conta com a mostra chamada Retrospectiva 2016 – Expectativa 2017 // Especial Carnaval, que contou também com filmes como *Axé – Canto*

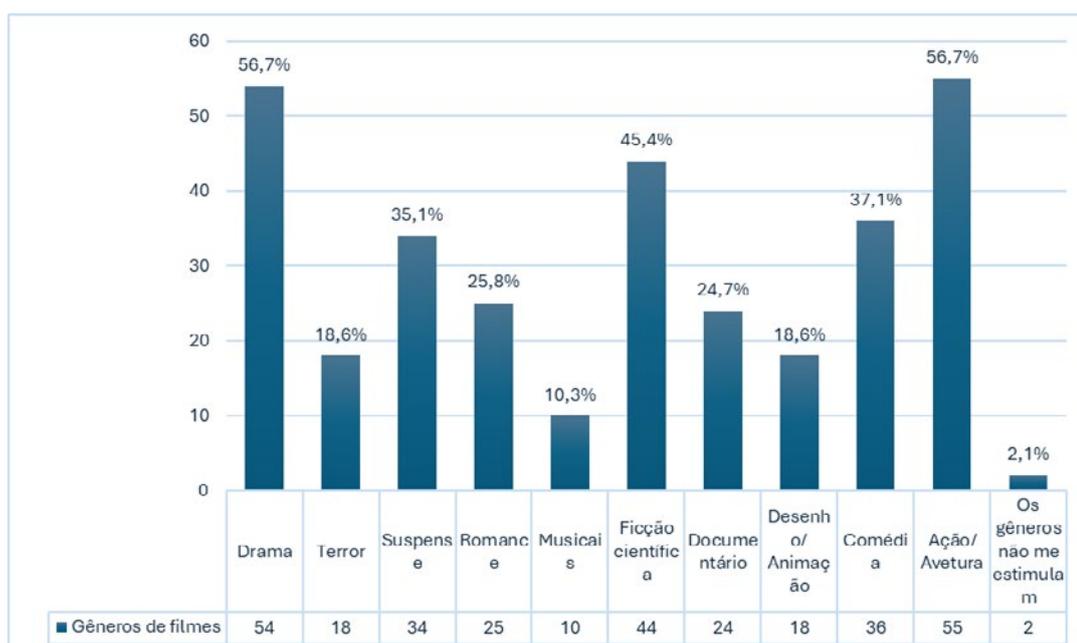
do povo de um lugar; *A Garota Dinamarquesa*; *Rogue One: uma história Star Wars*, *A Cidade Onde Envelheço* e *Aquarius*.

No São Luiz, vemos algumas produções fílmicas estrangeiras como: *Estação Bielorrússia* (Rússia), *Não importa o que aconteça* (Polônia), *A viagem de Fanny* (França), *Em nome do pai* (Irlanda/ Reino Unido) etc. Ainda no São Luiz, alguns filmes mais vendáveis foram exibidos ao longo de 2017, como os filmes *hollywoodianos* *King Kong* (2017), *Moana* (2017), *As tartarugas ninjas* (2016) e as trilogias *O Hobbit* e *O Senhor dos Anéis*, entre outros.

Os dados sobre os públicos do Cineteatro São Luiz e do Cinema do Dragão são variados, visto que também suas programações, em maior ou menor grau em um ou outro, são variadas. Têm-se festivais que abordam a temática dos Direitos Humanos, ou mesmo produções da Europa oriental. Dois exemplos que podem ser evidenciados aqui são os do Festival Varillux de Cinema Francês, no Dragão, e a Mostra Mosfilm, no São Luiz. Embora esses dois festivais possam servir como exemplo concreto, a pretensão desta análise é trazer uma amplitude que se expande de forma variada para as programações, na medida em que as aplicações dos questionários foram feitas de maneira gradativa em dias diferentes ao longo de um ano, entre 2016 e 2017.

Trata-se aqui de frequentadores assíduos e não assíduos das salas de exibição, onde podemos relacioná-los diretamente aos espaços explicitados e aos tipos de filmes exibidos regularmente. Os dados coletados revelam aspectos dos gostos pelos filmes, que se dividem em uma infinidade de gêneros preferidos e assistidos em salas de exibições do São Luiz e Dragão, como podemos observar no gráfico 1.

Gráfico 1 – gêneros de filmes preferidos dos espectadores dos Cinema do Dragão e Cineteatro São Luiz



Fonte: dados da pesquisa.

Além disso, em mostras específicas como a 4ª Mostra Mosfilm de Cinema Soviético e Russo, ocorrida no cinema do São Luiz, a programação exibiu gratuitamente dez longas-metragens produzidos pelo Mosfilm, um dos mais antigos estúdios europeus. A mostra ressaltava o fato de que o estúdio havia sido criado quase ao mesmo tempo que a invenção do próprio cinema, que suas produções incluíam grandes sucessos como os filmes produzidos pelos diretores russos Tarkovski e Eisenstein. O estúdio contava ainda com um acervo de cerca de 2500 filmes do período soviético e pós-soviético. A mesma mostra havia passado pelas capitais brasileiras: São Paulo, Porto Alegre e Fortaleza, no Cineteatro São Luiz. Segundo o curador do Cineteatro:

Além do Ceará, somente São Paulo e o Rio Grande do Sul estão recebendo essa Mostra, que é bastante especial, tanto pela qualidade dos filmes, bastante significativos para a história do cinema, quanto pela oportunidade do nosso público conferir esses trabalhos em cópias restauradas e em alta definição.<sup>10</sup>

Foram exibidos filmes como *Encouraçado Potemkin* (1925), este lembrando os 100 Anos da Revolução de 1917, e *Dersu Usala* (1975), vencedor do Oscar de melhor filme estrangeiro em 1976).

Essa é a segunda vez que o Cineteatro São Luiz sedia, com exclusividade na região nordeste, a mostra de filmes russos e soviéticos, consolidando uma parceria que julgamos de extrema importância com a CPC-UMES, representante dos interesses da Mosfilm no Brasil [...]. Um dos aspectos da significância dessa parceria é a oportunidade e instigantes cinematografias do mundo, responsável não só por inúmeros clássicos da sétima arte, mas em grande parte, pela própria estruturação da linguagem cinematográfica.<sup>11</sup>

Outra Mostra que mereceu destaque foi a Mostra de Cinema Nórdico realizada no Cinema do Dragão. Foram exibidos filmes que se destacaram nos últimos anos nos países nórdicos, em uma parceria estabelecida entre as embaixadas da Dinamarca, Finlândia, Noruega e Suécia, com apoio institucional do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura. Ao todo foram exibidos 14 filmes, entre documentários, comédias, dramas e ficções diversas, com entrada franca. Destacamos as exposições de *Helsinque*, *Para Sempre* (do premiado cineasta Peter von Bagh), *Corações Valentos*, *Asa Pequena*, *Histórias de Estocolmo*, *Marie Kroyer*, *Uma Família* e *O centenário que saiu pela janela e desapareceu*.

Para um espectador dos dois cinemas,

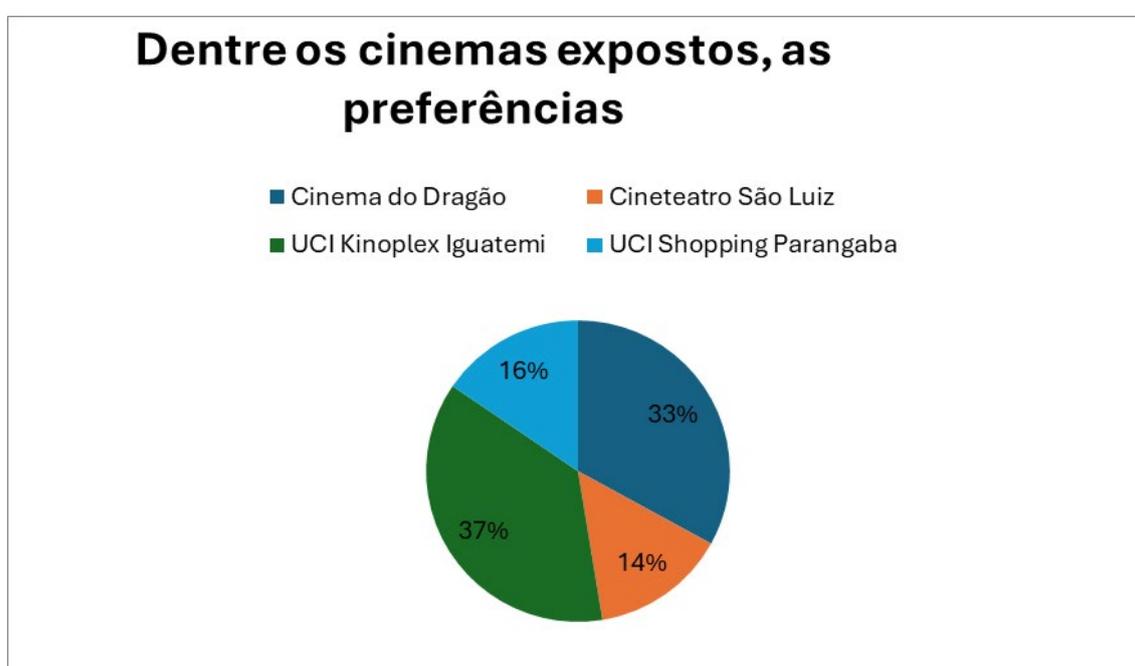
10 Disponível em: <http://www.secult.ce.gov.br/index.php/latest-news/45797-inedita-na-regiao-nordeste-mostramosfilm-traz-ao-cineteatro-sao-luiz-o-cinema-russo-com-copia-restaurada-do-classico-aleksandr-nevsky-de-eisenstein>.

11 Disponível em: <http://www.secult.ce.gov.br/index.php/latest-news/45797-inedita-na-regiao-nordeste-mostramosfilm-traz-ao-cineteatro-sao-luiz-o-cinema-russo-com-copia-restaurada-do-classico-aleksandr-nevsky-de-eisenstein>.

O acesso a determinados filmes que vêm de determinados países [como muitos das Mostras e festivais] têm muito mais haver com a questão da distribuição dos filmes, do que de uma preferência por tal nacionalidade. Eu gosto de cinema francês e iraniano, supondo, mas eu não tenho acesso com facilidade a esses filmes no cinema, logo, vejo mais filmes de outras nacionalidades. Mas aí isso varia dependendo do cinema. No Dragão se tem menos filmes americanos, e uma diversidade maior de cinemas nacionais, mas isso não cria ao mesmo tempo nichos de cinemas nacionais específicos. (Romero, estudante de cinema e professor de História, 34 anos).

Todavia, mesmo com exemplos de filmes internacionais, percebemos uma programação variada, em nacionalidade e em impacto comercial. Mesmo diante dessa variedade, vemos algumas preferências por outros espaços de exibições de filmes (ver gráfico 2)

Gráfico 2 – Quais são as salas de exibições preferidas



Fonte: dados da pesquisa.

Os cinemas que foram trazidos como opções para esse tópico estão localizados em espaços distintos da cidade de Fortaleza, e dois deles são cinemas situados em *shopping-centers*, trazendo filmes, em sua maioria, *blockbusters*. Vale destacar que, apesar de os questionários terem sido realizados com espectadores do Cinema do Dragão e/ou do Cineteatro São Luiz, uma quantidade considerável disse preferir outro cinema ao invés de um dos dois. Revela-se, de certo modo, como os cinemas comerciais podem ser atrativos, não apenas em programação, mas quanto a outros condicionantes, como segurança do espaço público que circunda o cinema, distância de outras áreas da cidade e facilidade de transporte, entre eles o transporte público.

Assim, possivelmente como tentativa de superar alguns obstáculos e buscar públicos mais diversos, o Cineteatro São Luiz, como é proposto em seu projeto inicial, traz programação variada, e quanto às reproduções dos filmes não é diferente, contando com exibições tanto de *blockbusters* quanto de películas *cults*. Já o Cinema do Dragão continua a priorizar a exibição de filmes que se encontram em um cenário mais restrito quanto a seu alcance massificado.

Percebemos a partir daqui uma tentativa de demarcar diferenciações mediante o consumo cinematográfico. As pessoas que se dispuseram a ser entrevistadas traziam em suas falas marcadores de gostos que se diferenciavam de uma espécie de grande público dos cinemas mais comerciais. É o caso de Danilo (fotógrafo, 39 anos), que afirma gostar mais do Cinema do Dragão por exibir mais filmes *artísticos*:

Gosto muito do São Luiz e do Dragão, apesar de assistir em outros cinemas como o do Benfca. O problema é que os outros cinemas não têm programação de filmes mais artísticos. Quem oferece isso é o Dragão, por exemplo, e talvez por isso eu vá mais nele.

E a fala de outra interlocutora traz também marcadores de diferenciação. Tatiana (38 anos, analista educacional) evidencia que seu gosto vai na *linha* dos filmes de *cinarte*:

Gosto mais desses cinemas que trazem filmes da linha cinearte e bem alternativos. A linha mais comercial circula menos nesses cinemas, por isso na maioria das vezes que vou costumam não estar tão cheios. Os filmes comerciais nesses espaços geram baixo público. Talvez por isso prefiro ir para cinema que passe filme alternativo.

Evidencia-se, a partir das falas, um dos critérios de diferenciações, isto é, um dos fundamentos para tais preferências está na distinção dos filmes que se opõem aos *blockbusters*, preferindo os filmes ditos *artísticos*. Contudo, entender a construção dos gostos especificados dos espectadores do Cineteatro São Luiz e Cinema do Dragão passa não apenas por uma compreensão de polos da cultura, mas variados condicionantes socioculturais fornecem ferramentas analíticas decisivas para o entendimento de como os públicos desses cinemas criam suas estratégias de diferenciação.

## 2.2 Os públicos e suas estratégias de diferenciação

Nos estudos sociológicos, definir o que seria o “público” e suas reverberações é uma tarefa árdua. Algumas classificações são menos dificultosas de se compreender na medida em que é possível definir alguns agentes sociais em relação a outros, o que não é o caso do “público” que carrega consigo uma amplitude que torna dificultoso situá-lo.

Como mostra Esquenazi (2003, p. 5), “[...] apenas há público de alguma coisa e

esse *de* representa uma primeira dificuldade do trabalho: é preciso delimitar as situações que têm público para poder determinar este último”.

Outra dificuldade neste tipo de estudo situa-se, a partir do grupo que forma o público, na complicação de prever e defini-lo. Em uma análise sociológica, os riscos possuem certa amplitude quando se trata de esboçar um padrão de públicos específicos. Presente aqui se encontra o caráter da heterogeneidade como uma espécie de traço dominante de muitos públicos.

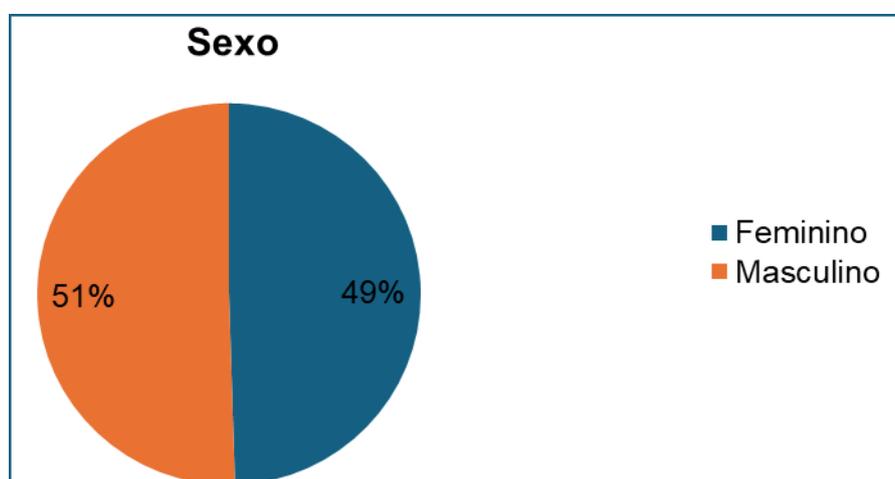
Do ponto de vista sociológico, em especial da sociologia da cultura, as conexões estabelecidas entre o cinema e seus produtos conexos, como as *redes sociais*, que impulsionam informações sobre esse bem cultural, o entendimento de um caráter relacional é o que possibilita esta investigação trazer elementos para a compreensão de como se formam os públicos dos cinemas elencados.

Isso se evidencia a partir desse entendimento aliado à obtenção dos dados qualitativos e quantitativos são determinados fatores explicativos da relação entre o coletivo e os sistemas de práticas observáveis, que remetemos a “variáveis sociodemográficas”.

Portanto, alguns eixos centrais são trazidos para analisarmos a lógica relacional entre condicionantes sociais e formação de gostos dos públicos dos cinemas. Os eixos escolhidos não se deram de maneira aleatória, mas a partir dos dados coletados que se evidenciaram. As variáveis que se apresentaram como elementos pertinentes foram: *idade; como e onde se obtêm informações sobre os filmes, cinemas, festivais; nível de escolaridade e lugar de moradia*. As escolhas por tais variáveis ocorreram durante as coletas dos dados *in loco*.

Há mais um condicionante social que podemos destacar: o sexo. Essa variável não se tornou central pela pouca diferença de respostas entre homens e mulheres, sendo, ao menos para esta investigação, um nivelamento ínfimo de diferença, como mostra o gráfico 3.

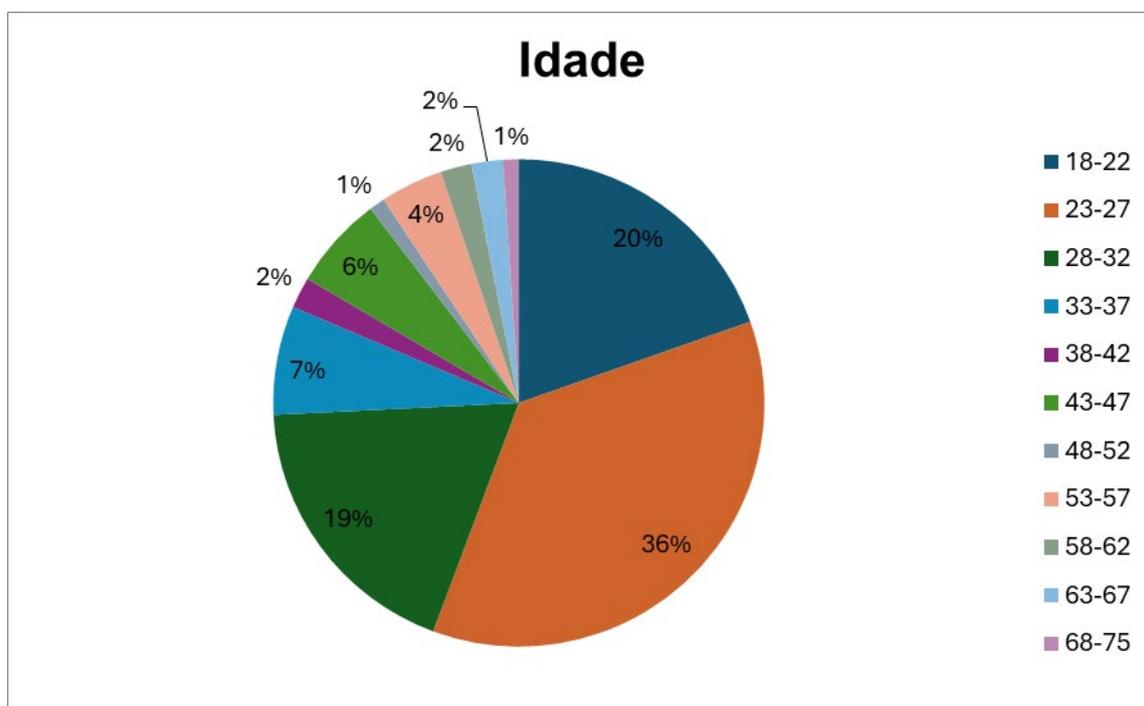
Gráfico 3 - Sexo



Fonte: dados da pesquisa.

Assim, a primeira variável central que trazemos consiste na *idade* (ver gráfico 4). Como um aspecto dos espectadores dos cinemas sendo entendido pelo crivo explicativo da idade, algumas formulações dessa dimensão geracional mostram-se como relevantes.

Gráfico 4 – Idade



Fonte: dados da pesquisa.

É possível afirmar que os dois cinemas são frequentados, em grande parcela, por pessoas que se situam na faixa etária entre 23 e 27 anos, totalizando 36% das pessoas que responderam os questionários. Se tomarmos o número de frequentadores a partir dos 33 anos até os 75 anos, juntos somam cerca de 25% do número total. Já o público entre 18 e 22 anos, somam 20%.

Considerando o recorte em que os dados foram obtidos, o que podemos observar é uma proeminência de um público com menor idade. Há uma espécie de choque geracional. É observável que se evidenciam essas oposições de gerações. Contudo, não podemos analisar o condicionante social da idade deslocando-o de outros elementos que se apresentam. Quando Bourdieu (1983) analisa o caráter relacional de uma dada realidade social, revela que é possível que existam oposições na assimilação de novos valores que se constituem em relação a estados diferentes da distribuição dos bens culturais e à possibilidade de seu acesso.

É nesse sentido que tomamos a fala de um de nossos entrevistados como propícia para a reflexão dessas dinâmicas que algumas oposições apresentam. Um desses interlocutores, Sérgio (63 anos, médico), confessou não ter facilidade com as novas tecnologias que envolvem a *internet*. Questionou, ainda, o motivo de a programação dos cinemas não estar mais sendo divulgada “como era antes” nos jornais impressos:

Não entendo por que diminuíram de colocar a programação nos jornais [impressos]. Atualmente só divulgam na *internet* praticamente, e eu não sou muito fã dessas novas tecnologias, mesmo sendo preciso conhecer um pouco delas. Mas só consegui essas informações sobre a Mosfilm olhando os flanelógrafos, caso contrário eu não teria vindo à mostra.

Ele havia comprado o ingresso para a Mostra Mosfilm de cinema russo clássico, com produções de diretores como Sergei Eisenstein, Ivan Pyryev e Andrei Tarkovski.<sup>12</sup> Ainda afirmou que as informações que conseguiu foram por meio de suas andanças na frente do Cineteatro São Luiz, onde se encontram os flanelógrafos com informações sobre as programações.

Os manuseios e consumos de determinados bens culturais e suas distinções por meio de gerações etárias se fundamentam nos próprios conflitos entre sistemas de aspirações compostos em épocas diferentes. Aquilo que para as gerações de décadas atrás era o comum, isto é, os jornais impressos como ferramenta central de divulgação das programações de cinema, para as gerações imersas nas dinâmicas das redes sociais, tal forma de obtenção de informações mediante a *internet* e os produtos que dela fazem parte ocorre comumente. São formas de lidar com uma dada realidade que se processam desde o nascimento (BOURDIEU, 1983).

De acordo com os dados obtidos, a intensidade e a natureza dos usos dos bens culturais, isto é, o consumo dos filmes nesses espaços específicos, são fortemente diferenciadas segundo a idade. Caso o uso diário tenda a diminuir conforme a idade avança, é nessa relação explicativa causal onde os usos das novas tecnologias se diferenciam quanto às faixas etárias, levando em consideração que nesse vínculo residem capitais culturais específicos. Particularmente, a ambivalência dos usos torna-se maior entre os jovens, para quem as redes sociais como novos meios para adquirir informação flui com mais frequência cotidianamente (COULANGEON, 2014).

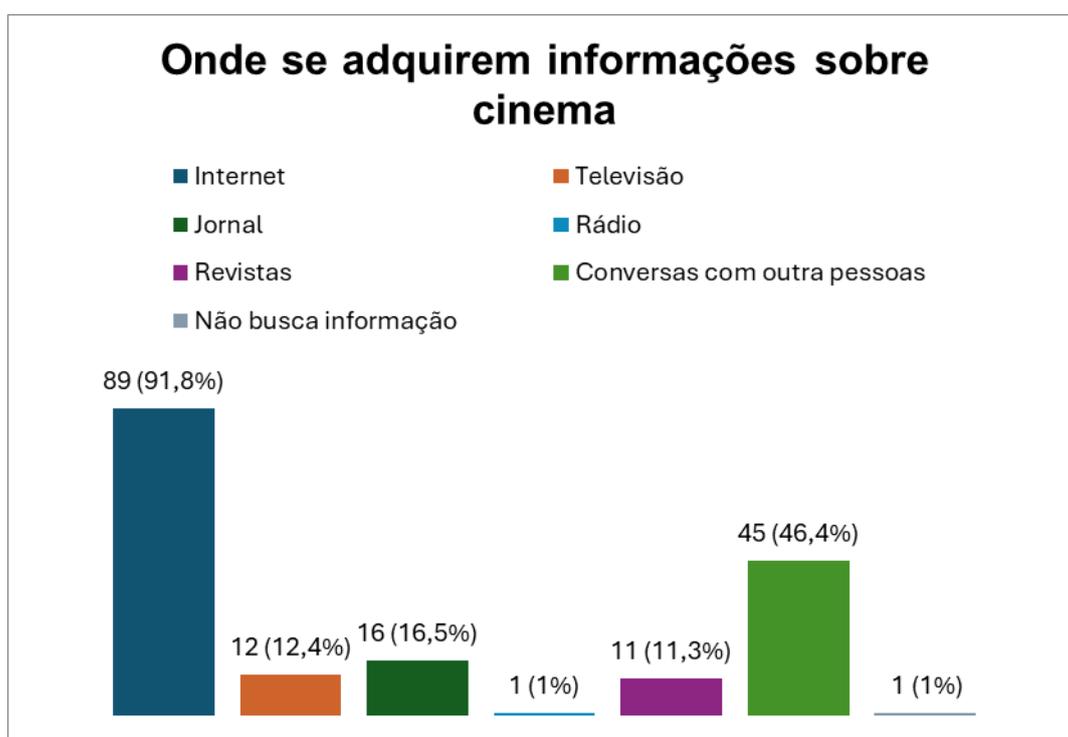
Portanto, tendo em vista essa aparente macro oposição que se expressa entre menos ou mais idades, outra variável possui sua importância como categoria analítica de uma espécie de conformação de gostos, tratando-se do meio onde se obtêm as informações sobre os filmes e as salas de exposições.

São evidentes as transformações que envolvem as tecnologias e como elas mo-

12 Disponível em: <<http://www.oestadoce.com.br/artefenda/mostra-mosfilm-traz-ao-sao-luiz-classico-russo>>. Acesso em: 17 jun. 2017.

dificam a maneira como se lidam com os bens culturais, mais precisamente, com o cinema, servindo como caminho de configuração das práticas culturais. Não por acaso, os novos suportes e métodos de difusão da cultura operam como fatores de desenvolvimento das práticas (BÉRA; LAMY, 2015, p. 115). Quando se trata do século XXI, essa argumentação tem seu valor na medida em que há novas atividades e uma infinidade de práticas culturais que se conectam diretamente ao desenvolvimento multimídia, como a internet. O gráfico 5 apresenta essa disparidade.

Gráfico 5 – Meios pelos quais se obtêm informações sobre cinema



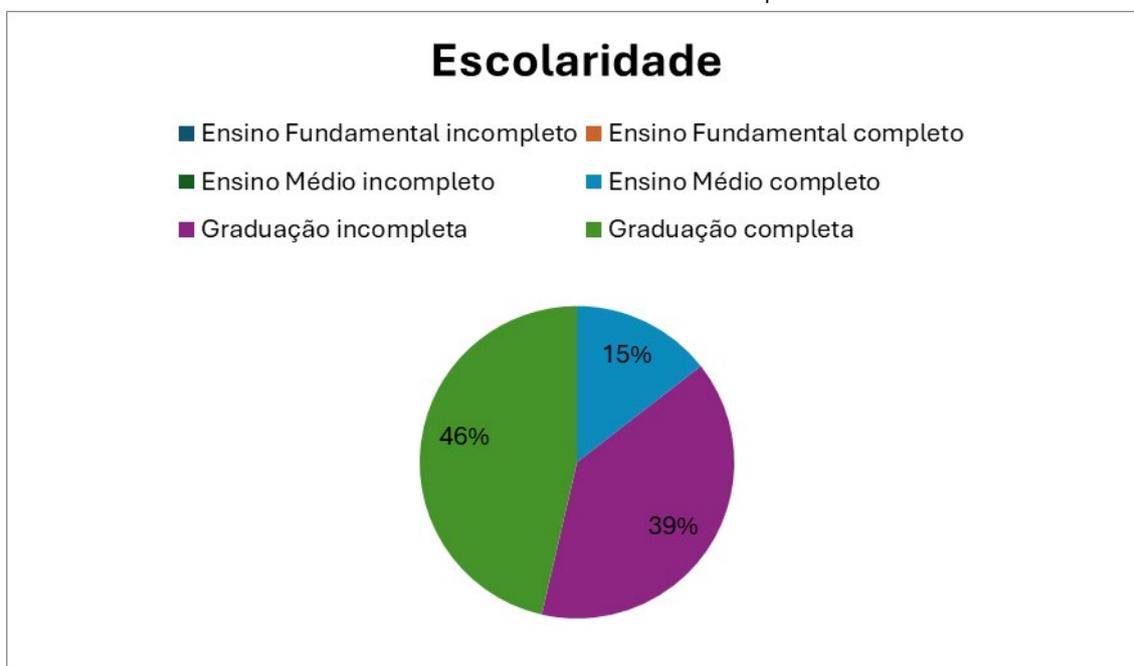
Fonte: dados da pesquisa.

A internet se tornou a principal maneira pela qual as informações sobre cinema são buscadas, mesmo para filmes que requerem certas disposições de apreciação. Portanto, as justificativas de gostos por determinados conjuntos de filmes não parecem buscar nos “tradicionais” veículos formadores de opinião – jornais impressos, programas de rádio e tv etc. – subsídios de convencimento para que o espectador vá às sessões cinematográficas.

As características de uso e manejo da própria *internet*, e conseqüentemente das *redes sociais* dos cinemas especificados, estão ligadas ao capital cultural dos indivíduos (COULANGEON, 2014). Dessa maneira, o condicionante social do *nível de escolaridade* (ver gráfico 6) aparece como componente basilar para a compreensão dos gostos estabelecidos a partir dos espaços dos Cineteatro São Luiz e Cinema do Dragão. Contudo,

destacamos ainda que, neste momento, não é possível traçarmos meramente uma relação de causalidade entre o grau de instrução, a idade e a obtenção de informação que culminou com as disparidades apresentadas.

Gráfico 6 – Nível de escolaridade dos espectadores



Fonte: dados da pesquisa.

Ressaltando que as pessoas selecionadas para a pesquisa se trata de um conjunto com indivíduos de idades a partir dos 18 anos, um padrão é observável. Assim, podemos constatar que 85% das respostas dão conta dos agentes sociais que possuem graduação incompleta e/ou completa. Mais precisamente, 39% são de espectadores com graduação incompleta e 46% com graduação completa. Os outros 15% são de pessoas que possuem o ensino médio completo. Na amostra, nenhuma resposta foi dada fora dessas três opções.

Uma relação se instaura objetivamente entre o consumo dos filmes, suas variáveis e condicionantes, entre eles o grau de escolaridade que opera também como instância de reprodução e consagração, servindo como um dos mecanismos de operacionalização da construção das diferenças. Estas, por sua vez, estão relacionadas às orientações familiares, às classes e suas frações, a uma diversidade de meios de acumulação de capital cultural, como também influenciadas pelos locais de moradia (BOURDIEU, 2007, p. 127).

Os dois cinemas estão situados a 1,09 quilômetros de distância um do outro. O Cine-teatro São Luiz está localizado no centro de Fortaleza. Já o Cinema do Dragão situa-se

numa zona boêmia da cidade, próximo à praia, bares, boates, restaurantes e dentro de um centro cultural que atrai muitos turistas com suas várias atividades e programações como de museus, teatros, espetáculos musicais, cafés etc.

As distâncias a esses cinemas podem se interpor como obstáculos para os frequentadores, como é o caso de Tatyana, 32 anos, analista educacional, frequentadora dos dois cinemas, que afirma: “por morar no Eusébio, frequento menos os cinemas devida à distância e os shoppings mais próximos têm poucas opções legendadas, devido ao público da região, e me recuso a pagar para ver filme dublado”. Ela percorre cerca de 25 quilômetros para chegar a um dos dois cinemas. E essa estrutura de trazer a distância como relevante ou não se repete em outras falas:

Eu adoro ir para a sala do Dragão do Mar, que é o único cinema de rua que, tirando o São Luiz, tem filmes diferentes. Mas o local que eu moro [bairro Montese] não influencia minha ida ao cinema, mesmo se eu morasse mais longe eu iria do mesmo jeito. Eu tenho bastante tempo para ir ao cinema, mas durante o dia, pois eu ando de ônibus e tem o perigo à noite. (Vanessa, 24 anos, estudante de Serviço Social)

A distância até o cinema para mim influencia. Eu me sinto mais a vontade no do [shopping] Benfica [bairro que leva o mesmo nome], que é mais próximo de casa, eu também gosto muito do São Luiz, vou com a minha filha até. Mas a distância ela influencia, prefiro ir para algum que seja mais próximo, já que tem vários mais acessíveis, do que outros mais distantes. (Verônica, 52 anos, pedagoga)

Cara, a distância de onde moro na Parquelândia até cinemas como esses ficam mais nas áreas culturais da cidade e acabam influenciando, mas outras coisas influenciam mais, o valor do ingresso, o tipo de filme exibido, até os horários. Assistir em *shopping* dependendo do horário passa mais confiança, mas o gostinho de assistir um filme que se gosta de verdade em um ambiente cultural é demais. (Felipe, 37 anos, fotógrafo)

A partir dessas falas vemos que há uma complexidade de fatores que influenciam as idas aos cinemas. Embora a distância possa ser relevante para uns e não para outros, todos relatam alguma dificuldade de acesso. Entre essas dificuldades, ressaltamos a localização dos cinemas. Por exemplo, o Cineteatro São Luiz foi e é um lugar de frequência às produções audiovisuais além de estar situado num dos cartões postais da cidade, a Praça do Ferreira. Durante muitos anos um dos desafios desse cinema era se manter em meio a degradação que a praça veio sofrendo.

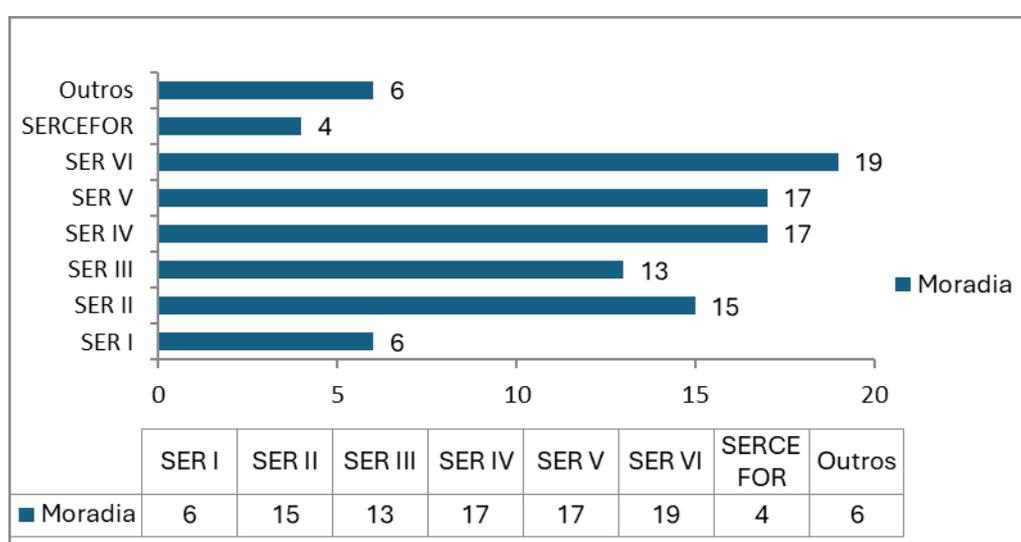
Além disso, esses dois cinemas disputam com grandes conglomerados como o UCI Cinemas, Cinépolis, Centerplex e Arcoplex, que junto com as salas do *shopping* Benfica, contabilizam 50 salas de exibições de cinema, das 53 existentes em Fortaleza. As três salas restantes são duas do Cinema do Dragão e uma do Cineteatro São Luiz.

Em vista dos condicionantes sociais já apresentados e suas complexidades, abrem-nos possibilidades analíticas para mensurar, mesmo que em aspectos a partir

dos recortes traçados, as preferências e conformações dos gostos dos frequentadores dos cinemas. Pensar as variáveis em caráter relacional nos dá a chance de compreender as práticas culturais e o consumo de filmes.

Aliando as metodologias quantitativas e qualitativas, obtém-se por meio dos questionários e das entrevistas, ainda que brevemente, um perfil que revelam alguns componentes que nos levam a mais um condicionante, o da *moradia* (ver gráfico 7). A partir dessa variável, pudemos observar que a maior parte dos espectadores não residem em locais com baixo Índice de Desenvolvimento Humano por Bairro (IDH-B)<sup>13</sup>.

Gráfico 7 – Quantidade de espectadores por regional



Fonte: dados da pesquisa.

O que se avaliou com o IDH-B foi o padrão de vida das pessoas de cada bairro. A renda, a dimensão educacional e as condições de saúde e longevidade deram o fundamento dessa coleta e apreensão de dados. Trata-se, na verdade, de uma forma análoga à análise ampla do IDH operada pelo Programa das Nações Unidas (PNUD). Justamente por essa amplitude, delimitamos o conjunto de pessoas que moram dentro de diferentes Secretarias Regionais (SER).

Os bairros com os maiores índices de IDH-B são, respectivamente: Meireles, Aldeota, Estância (Dionísio Torres), Mucuripe, Guararapes, Cocó, Praia de Iracema, Varjota, Fátima, Joaquim Távora. Com isso, temos que a SER II comporta o maior Índice de De-

13 A Prefeitura de Fortaleza solicitou a feitura de um estudo intitulado “Índice de Desenvolvimento Humano, por bairro, em Fortaleza” onde busca conhecer as dimensões econômicas, demográficas e culturais da cidade. A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SDE) foi a responsável pela pesquisa do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de Fortaleza, tomando como objeto de análise os dados do censo demográfico de 2010, fornecido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <<http://pt.calameo.com/read/0032553521353dc27b3d9>>. Acesso em: 16 jun. 2017.

envolvimento Humano por Bairro de Fortaleza<sup>14</sup>. A exceção é o bairro Fátima, situado na SER IV.<sup>15</sup> Dos frequentadores dos Cineteatro São Luiz e Cinema do Dragão, cerca de 16% deles residem em bairros com maiores IDH-B da cidade.

Contudo, embora existam bairros com os menores índices de IDH-B e menor ocorrência de frequência aos dois cinemas, como é o caso dos bairros encontrados na SER-I<sup>16</sup>, vê-se um nivelamento da SER-II à SER-VI. Além da SER-I, somente a SERCEFOR (Secretaria Executiva Regional do Centro de Fortaleza) e os “outros” (classificação para delimitar as respostas de quem não mora em Fortaleza) destoam desse nivelamento nas respostas.<sup>17</sup>

Associando esses diferentes nivelamentos e condicionantes sociais à luz da sociologia da cultura, criam-se caminhos para o exercício de traçar minimamente o perfil dos públicos dos cinemas, bem como da construção dos gostos desses espectadores e suas estratégias de diferenciação. Temos, portanto, dados que nos oferecem perspectivas analíticas que nos revelam alguns padrões que, aliados aos padrões de consumo, perpassam certas lógicas da ideia posta por Bourdieu em *A Distinção*.

A partir da chegada do cinema em Fortaleza, todo o período de sua consolidação é marcado por transformações das apreensões e consumos de novas tecnologias vindas nas formas de bens culturais consumíveis, como os filmes. Com isso, tornam-se mais evidentes as transformações<sup>18</sup> nos padrões de consumo cultural das classes sociais ao longo do tempo (RADAKOVICH, 2011).

As mudanças de padrões estão ligadas diretamente à aspectos como o do surgimento de mentalidades “globais”, o da mundialização da cultura, assim como o das reorientações de políticas culturais. Há, desse modo, mudanças estruturais que alteram

---

14 Os bairros mais pobres estão imersos em precariedade, desemprego e inatividade de alguns fatores não amparados pelo Estado. A desqualificação social da qual são objeto desqualifica inclusive o espaço de residência, sendo bairros alvos de estigmatizações, assim como as pessoas que residem em tais locais. Todo esse processo simboliza para uma identidade negativa dos seus moradores. A mídia reforça partes dessa estigmatização por meio de classificações de bairros a partir de reportagens com apelos emocionais referente às violências urbanas e simbólicas.

15 Todos os dados relacionados ao Índice de Desenvolvimento Humano por Bairro (IDH-B) e informações conexas foram retiradas do *site* da Prefeitura de Fortaleza. Disponível em: < <https://www.fortaleza.ce.gov.br/noticias/prefeitura-apresenta-estudo-sobre-desenvolvimento-humano-por-bairro>>. Acesso em: 16 jun. 2017.

16 Bairros da Secretaria Regional I: Álvaro Weyne, Barra do Ceará, Carlito Pamplona, Cristo Redentor, Farias Brito, Floresta, Jacarecanga, Jardim Guanabara, Jardim Iracema, Monte Castelo, Moura Brasil, Pirambu, São Gerardo, Vila Ellery e Vila Velha.

17 Os bairros com piores condições de IDH-B são socialmente desqualificados quanto aos índices abordados pelo estudo, caracteriza-os dessa maneira, em vista de tentativas de respostas às demandas de cada Regional ou bairro.

18 Estas transformações são variadas, perpassando tanto pela esfera econômica quanto pela cultural, a partir das ações dos agentes (empresários, críticos, cineastas, Estado etc.) envolvidos na estruturação de espaços onde as produções fílmicas são exibidas ao longo do século XX.

percepções e padrões de consumo cultural, seja a nível nacional ou local.

De maneira efetiva, Radakovich (2011) destaca que:

[...] o consumo constitui uma fonte de resolução de necessidades básicas e, ao mesmo tempo, uma forma de satisfazer desejos e expectativas de integração social. No entanto, o consumo oferece, ainda, um poderoso mecanismo de distinção para diferenciar uns de outros, consolidando barreiras simbólicas e materiais entre classes e estratos sociais. [...] As perspectivas contemporâneas que enfatizam a produção e reprodução do consumo como lógica social de distinção, tomando como eixo de análise o consumo como reprodução de uma nova lógica do capitalismo desigual (RADAKOVICH, 2011, p. 69).

Em vista disso, vemos que os sistemas de disposições que envolvem as estratégias e as práticas culturais são materializados nos gostos e consumos de filmes em determinadas salas de exibições. Estes, por sua vez, podem ser entendidos a partir das frações de classes que compartilham *habitus* parecido. Isto é, as práticas vivenciadas ao longo da trajetória de cada espectador, refletindo no seu momento presente e sendo passíveis de continuidade a partir de suas percepções para as preferências culturais. Esta ideia foi percebida ao longo das falas dos entrevistados nas quais revelam suas estratégias e motivos para consumir os filmes nas salas explicitadas.

As disposições apresentadas pelos agentes deste artigo abrangem práticas sociais, expressões de gostos, materializadas, por assim dizer, em suas práticas de consumo de filmes. Estas práticas se tornam importantes na presente análise na medida em que as disposições apresentadas para os agentes sociais irem aos Cineteatro São Luiz e Cinema do Dragão são incorporadas mediante o processo de interação com seu meio e a partir de contextos socialmente referenciados e circunscritos. Portanto, os condicionantes, que passamos a chamar de variáveis, apresentaram-se como instrumento de percepção dessas disposições. De modo mais preciso, *idade, moradia, nível de escolaridade e meio de obtenção de informações sobre os cinemas* serviram como base para a compreensão dos perfis dos públicos dos dois cinemas explicitados.

### 3 CONCLUSÃO

As práticas culturais averiguadas aqui são vistas, à luz do que Bourdieu (2007) nos apresenta, como práticas socialmente percebidas, reproduzidas e classificáveis. Frente a isso, um dos modelos de distinção evidenciados por Bourdieu, que também pudemos perceber no caso de Fortaleza, está presente no nível de escolaridade dos espectadores dos cinemas, que, a partir da soma de diferentes capitais, entre eles o cultural e o econômico, possibilita a apropriação e o manejo das práticas relacionadas a bens culturais

e de consumo cinematográfico. A própria participação e disposição para ir a festivais e mostras realizadas pelo Cinema do Dragão e Cineteatro São Luiz revela aspectos de distinção frente à *massa*.

O *habitus* existente na ida a esses espaços oferece um valor social condicionado ao capital social a partir do próprio espectador, que possui *necessidade* de consumo de bens culturais diferenciados. Vemos aqui valores além do uso e de suas finalidades objetivas. É nítido um valor de raridade que se instaura por parte da percepção de muitos espectadores. Não por acaso, Bourdieu (2007, p. 291) mostra que o gosto, enquanto elemento de distinção, é encontrado na origem social das disputas nos âmbitos dos *campos* em que os agentes estão inseridos.

A formação dos gostos pelas programações dos Cineteatro São Luiz e Cinema do Dragão passam por uma noção de *habitus* que não se encerra em si mesmo. Todavia, com a heterogeneidade encontrada mediante as programações diversificadas, compreendemos que, embora exista certo padrão no perfil do público desses dois espaços, há demandas variadas que se conectaram aos condicionantes sociais explicitados. O que os dados nos apresentam são públicos letrados, moradores de locais variados da cidade de Fortaleza e de cidades próximas, sendo jovens, em sua maioria, na faixa etária de vinte a trinta anos, que, em seus discursos, reproduzem as distinções sociais que o próprio consumo, as preferências e gostos trazem consigo.

Enfim, temos que é possível uma dada explicação que se situa na familiaridade com a linguagem cinematográfica (seja ela considerada somente entretenimento seja pensada enquanto arte), de seguimentos que têm ou se aproximam do gosto aos cinemas *cults*, indo com certa naturalidade às salas que exibem tais filmes, porque para muitos faz parte de seu modo de vida, isto é, de seus hábitos culturais. Tendo em vista os dados apresentados, há uma menor incidência de espectadores que se situam em camadas sociais de menores instruções educacionais.

Percebe-se também como as classes médias<sup>19</sup> buscam ativamente uma posição elevada quanto a sua legitimidade e conhecimento sobre linguagem cinematográfica, havendo uma indicação de que o capital cultural esteja presente de forma mais efetiva do que o capital econômico.

Assim, trouxemos uma apresentação breve das programações em conexões com as estratégias de distinções. Isso funcionou como um dos elementos reveladores do tipo de perfil dos espectadores desses dois cinemas. Em uma análise como esta, na área da sociologia da cultura e dos públicos, os dados estatísticos foram importantes, pelas bus-

19 O público do Cinema do Dragão e do Cineteatro São Luiz é composto por uma classe média que se configura mais em seus anseios culturais e suas práticas do que de suas condições econômicas, esta ideia compreendida dentro da delimitação desta pesquisa, que ofereceu dados para entender alguns aspectos sobre as práticas culturais do fortalezense em relação aos dois cinemas de rua evidenciados.

camos compreender as práticas culturais, os gostos e os perfis dos públicos fizeram-nos chegar aos condicionantes sociais elencados. Com estes condicionantes vistos a partir de uma coleta quantitativa e com os dados qualitativos de maneira complementar, pudemos traçar um panorama e breves conclusões sobre como o gosto desses espectadores se evidencia frente a suas práticas, níveis de escolaridades, moradias, idade, sexo e manejo com as tecnologias. O consumo de filmes em salas de exibições, os gostos e as estratégias dos públicos puderam ser vistas à luz de um empreendimento sociológico bourdieusiano.

## Referências

- ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. (Tradução de G. A. de Almeida). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991.
- BARBALHO, Alexandre. **A Modernização da cultura**. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2005.
- BARBALHO, Alexandre. A Política para o Audiovisual no Ceará: continuidade e rupturas. **O público e o privado** – UECE, n. 9, p. 9-22, jan/jun 2007.
- BAZIN, André. **O cinema: ensaios**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In SELIGMANN SILVA, Márcio. (Org.). **Walter Benjamin - A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. (trad. Gabriel V. Silva). Porto Alegre: L&PM Editores, 2013.
- BÉRA, Matthieu; LAMY, Yvon. **Sociologia da Cultura**. São Paulo: Edições Sesc, 2015.
- BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. **Escritos de educação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.
- BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- COHN, Gabriel. **Sociologia da Comunicação**: teoria e ideologia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.
- COSTA, Flávia Cesarino. Primeiro Cinema. In: MASCARELLO, Fernando. **História do cinema mundial**. Campinas: Papyrus, 2006.
- COULANGEON, Philippe. **Sociologia das práticas culturais**. São Paulo: Edições SESC, 2014.
- DIETRICH, Pascale. LOISON, Marie. ROUPNEL, Manuella. Articular as abordagens quantitativa e qualitativa. In: PAUGAM, Serge. **A pesquisa sociológica**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.
- ESQUENAZI, Jean-Pierre. **Sociologia dos Públicos**. Paris: Porto Editora, 2003.
- FREIRE, Rafael de Luna; ZAPATA, Natasha H. A. Quantas salas de cinema existiram no Brasil? Reflexões sobre a dimensão e características do circuito exibidor brasileiro. **Significação** – USP, v. 44, n. 48, p. 176-201, jul-dez 2017.
- GARCIA, Camila Camba. **FILHOS DO DRAGÃO – O impacto do Instituto Dragão do Mar no Audiovisual do Ceará**. 2012. Trabalho de conclusão de curso - CELACC/ECA – USP, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://200.144.182.130/celacc/sites/default/files/media/tcc/366-1062-1-PB.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2015.
- GODECHOT, Olivier. Interpretar as redes sociais. In: PAUGAM, Serge. **A pesquisa sociológica**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.
- GONDIM, Linda M. P.. **O Dragão do Mar e a Fortaleza Pós-Moderna**: Cultura, patrimônio e imagem da cidade. São Paulo: Annablume, 2007.
- GRANT, Barry K. Science Fiction Double Feature: Ideology in the cult film. In: MATHIJS, Ernest; MENDIK,

- Xavier (ed.). **The Cult Film Reader**. Berkshire: Open University Press, 2008. Cap. 1.6. p. 76-87.
- MARTEL, Frédéric. **Mainstream: a guerra global das mídias e das culturas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.
- ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- ORTIZ, Renato. A Escola de Frankfurt e a Questão da Cultura. **Revista Sociologia em Rede**, vol. 6, n. 6, p. 203-242, 2016.
- PAUGAM, Serge; VELDE, Cécile Van de. O raciocínio comparatista. *In*: PAUGAM, S. **A pesquisa sociológica**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.
- RADAKOVICH, Rosario. **Retrato Cultural: Montevideú entre cúmbias, tambores e óperas**. Tese (Doutorado em Sociologia), Unicamp. Campinas, 2011.
- SCONCE, Jeffrey. **Trashing' the Academy: Taste, Excess, and an Emerging Politics of Cinematic Style**. *Screen*, v. 36, n. 4, Winter. 1995. p. 371-393.
- VAZ, Toninho. **O rei do cinema**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

## Sobre o autor

**Fábio de Sousa Neves** – Graduado em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Ceará, mestre em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará, doutorando em Sociologia pela Universidade Estadual do Ceará e funcionário público da Secretaria da Educação do Ceará.