

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE FLUMINENSE DARCY RIBEIRO (UENF)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA (PPGSP)

HEITOR BENJAMIM CAMPOS

CINEMA COMO EXPERIÊNCIA

CAMPOS DOS GOYTACAZES - RJ
MAIO - 2020

HEITOR BENJAMIM CAMPOS

CINEMA COMO EXPERIÊNCIA

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política do Centro de Ciências do Homem, da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro como parte das exigências para obtenção do título de Doutor em Sociologia Política.

Orientador: Prof. Dr. José Manuel Vieira Soares de Resende

CAMPOS DOS GOYTACAZES - RJ
MAIO - 2020

FICHA CATALOGRÁFICA

UENF - Bibliotecas

Elaborada com os dados fornecidos pelo autor.

C198

Campos, Heitor Benjamim.

Cinema como experiência / Heitor Benjamim Campos. - Campos dos Goytacazes, RJ, 2020.

132 f. : il.
Inclui bibliografia.

Tese (Doutorado em Sociologia Política) - Universidade Estadual do Norte Fluminense
Darcy Ribeiro, Centro de Ciências do Homem, 2020.
Orientador: Jose Manuel Vieira Soares de Resende.

1. Cinema. 2. Experiência. 3. Acontecimento . I. Universidade Estadual do Norte
Fluminense Darcy Ribeiro. II. Título.

CDD - 320

CINEMA COMO EXPERIÊNCIA

HEITOR BENJAMIM CAMPOS

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política do Centro de Ciências do Homem, da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro como parte das exigências para obtenção do título de Doutor em Sociologia Política

Aprovada em: **30/05/2020**

Banca Examinadora:

Prof. Dr Gerson Tavares do Carmo (Sociologia Política – UENF)
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro - UENF

Prof^a. Dr^a. Manuela Vieira Blanc (Sociologia Política – UENF)
Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

Prof. Dr. Pedro Paulo Pinto Maia Filho (Geografia – UFF)
Universidade Federal Fluminense - UFF

Prof. Dr. Roberto Dutra Torres Junior (Sociologia - Humboldt-Universität Zu Berlin)
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro – UENF

Prof. Dr. José Manuel Vieira Soares de Resende (Sociologia – Universidade Nova de Lisboa – UNL – Portugal)
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro - UENF
(orientador)

AGRADECIMENTOS

Agradeço, inicialmente, a meu orientador José Manuel Vieira Soares de Resende. Foram anos de muita aprendizagem e admiração por este grande pesquisador. Destaco sua imensa generosidade e cuidado com toda a nossa produção desde o início de nossa jornada. Muito obrigado, Zé!

Estendo os agradecimentos a todo o corpo docente e discente do Programa de Pós Graduação em Sociologia Política – PPGSP / UENF.

Agradeço imensamente aos interlocutores desta pesquisa, pela entrega e disponibilidade nas entrevistas. Sem vocês, nada disso teria sido possível.

Agradeço muito à colaboração, críticas e sugestões de todos os membros das bancas de defesa de projeto, de qualificação e de defesa desta tese. Aos professores Gerson Tavares do Carmo, Jussara Freire, Manuela Vieira Blanc, Pedro Paulo Pinto Maia Filho e Roberto Dutra Torres Junior. Vocês foram incríveis neste meu percurso. Muito obrigado!

Finalmente, agradeço à minha família e a meus amigos. Agradeço porque junto com vocês tenho coragem para superar os obstáculos da vida. A todos o meu muito obrigado.

RESUMO

O objetivo desta tese é uma investigação a respeito da experiência do homem com a arte cinematográfica. Compreender que elementos estão sendo mobilizados e reapropriados pelos diferentes tipos de público de cinema. Nesta pesquisa, estamos tomando o cinema como um acontecimento, que reverbera de diferentes formas entre os indivíduos. Um acontecimento sempre quebrará a rotina do cotidiano, ele provoca uma descontinuidade na experiência habitual dos indivíduos. Os indivíduos se posicionam perante aquilo que os afetam, produzindo e compartilhando sentidos, elegendo comportamentos mais apropriados na posição assumida e deliberando suas ações. A metodologia utilizada é uma análise qualitativa do cinema como acontecimento, privilegiando as muitas formas de consumo e a pluralidade de valores acionados na qualificação de um filme. O resultado encontrado nesta pesquisa é que a experiência do cinema é sempre uma atividade reflexiva, corporada, coletiva e equipada.

Palavras-chave: Cinema. Experiência. Acontecimento.

ABSTRACT

The objective of this thesis is to investigate the man's experience with cinematographic art. Understanding what elements are being mobilized and reappropriated by different types of cinema audiences. In this research, we are taking cinema as an event, which reverberates in different ways among individuals. An event will always break the routine of everyday life, it causes a discontinuity in the habitual experience of individuals. Individuals take a stand before what affects them, producing and sharing meanings, choosing more appropriate behaviors in the assumed position and deliberating their actions. The methodology used is a qualitative analysis of cinema as an event, focusing on the many forms of consumption and the plurality of values used in the qualification of a film. The result found in this research is that the cinema experience is always a reflective, corporate, collective and equipped activity.

Key-words: Cinema. Experience. Event.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Entrevista de Martin Scorsese	12
Figura 2 – Cartaz do Cinematógrafo.....	17
Figura 3 – Corrida de cavalos de Muybridge .. Erro! Indicador não definido.	19
Figura 4 – Kinetoscope..... Erro! Indicador não definido.	20
Figura 5 – Cenas de 2001: Uma Odisseia no Espaço.....	25
Figura 6 – Protesto da equipe de Aquarius em CannesErro! Indicador não definido.	36
Figura 7 – Protesto no Festival de Cannes 2016	41
Figura 8 – Libanesa se caracteriza como Coringa durante protesto em Beirute.....	49
Figura 9 – Manifestante fantasiado de Coringa no Chile.....	49
Figura 10 – Perfil do filme Aquarius no Filmow.....	53
Figura 11 – Comentários do filme Aquarius Erro! Indicador não definido.	54
Figura 12 – Comentários do filme Aquarius Erro! Indicador não definido.	55
Figura 13 – Comentário do filme Aquarius	55
Figura 14 – Comentário do filme Aquarius	56
Figura 15 – Comentário do filme Aquarius	57
Figura 16 – Comentário do filme Aquarius	58
Figura 17 – Meme da atriz Glória Pires.....	60
Figura 18 – Meme do filme Parasita.....	62
Figura 19 – Postagem sobre o filme Parasita	63
Figura 20 – Meme do filme Parasita.....	64
Figura 21 – Comentário sobre Glória Pires.....	66
Figura 22 – Reações na postagem do Facebook.....	67
Figura 23 – Entrevista de Jair Bolsonaro na Folha de São Paulo.....	80
Figura 24 – Comentário da rede social Filmow	88
Figura 25 – Comentários da rede social Filmow	88
Figura 26 – Comentários do filme Bruna Surfistinha.....	89
Figura 27 – Comentários do filme Bruna Surfistinha.....	90
Figura 28 – Postagem de um usuário do Facebook.....	91
Figura 29 – Reportagem sobre o filme Bruna Surfistinha	92
Figura 30 – Postagem sobre o filme Bruna Surfistinha	93

Figura 31 – Perfil de usuário do Facebook	97
Figura 32 – Comentário do filme O Segredo de Brokeback Mountain	99
Figura 33 – Entrevista do cineasta Pedro Almodóvar	104
Figura 34 – Comentário do crítico Pablo Villaça	106
Figura 35 – Comentários de cinéfilos	107
Figura 36 – Painel de notas de filmes.....	115

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. O CINEMA COMO EXPERIÊNCIA.....	Erro! Indicador não definido.7
1.1 Primeiro Ato	Erro! Indicador não definido.7
1.2 Segundo Ato	Erro! Indicador não definido.2
1.3 Terceiro Ato	Erro! Indicador não definido.6
2. O CINEMA COMO ACONTECIMENTO	Erro! Indicador não definido.6
2.1 Primeiro Ato	Erro! Indicador não definido.7
2.2 Segundo Ato	42
2.3 Terceiro Ato	Erro! Indicador não definido.5
2.4 Quarto Ato.....	48
3. LEVANDO O ESPECTADOR A SÉRIO	60
3.1 Primeiro Ato	61
3.2 Segundo Ato	70
3.3 Terceiro Ato	Erro! Indicador não definido.4
4. QUAL VALOR DE UM FILME?	80
4.1 Primeiro Ato	81
4.2 Segundo Ato	86
4.3 Terceiro Ato	Erro! Indicador não definido.95
5. AFINAL, O QUE RESTOU DO CINEMA?	104
5.1 Primeiro Ato	105
CONSIDERAÇÕES FINAIS	Erro! Indicador não definido.28
REFERENCIAL TEÓRICO	Erro! Indicador não definido.

INTRODUÇÃO

“Ser sociólogo e nunca se desesperar de seu devir”

Gabriel Tarde

Figura 1 – Entrevista de Martin Scorsese



Fonte: Portal de notícias Metr poles

O diretor de cinema norte-americano Martin Scorsese escreveu, em outubro de 2019, uma coluna de opinião no jornal americano New York Times, na qual argumentou que os filmes de super-heróis de grande sucesso não possuem “a sensa o de risco, mistério e complexidade de personagens que são vitais para a arte do cinema”¹.

Filmes de super-heróis não são cinema? Essa *opinião* adquiriu ares de um grande *acontecimento* que repercutiu em todos os portais de notícias e compartilhado de forma apaixonada pelos públicos de cinema nas muitas redes sociais que fazem parte. Um acontecimento   um evento ou uma situa o que, por ter alguma característica extraordinária, adquire relevância e consegue chamar   aten o dos indivíduos em suas vidas cotidianas.

Uma dos desafios desta tese   uma aproxima o da teoria sociológica do francês Gabriel Tarde (1843-1904) e do pragmatismo do filósofo norte-americano John Dewey (1859-1952). Ambos os pensadores constroem conceitos analíticos com a ambi o de se

afastarem de uma tradição racionalista baseada em estabelecer fronteiras entre a natureza e o espírito, entre o sujeito e o objeto; e, talvez o mais determinante: ambos rejeitam a ideia de uma razão externa e organizativa das práticas sociais, a razão se dá em curso da ação das práticas. Tarde com o conceito de *opinião* e Dewey com o conceito de *experiência*.

A *opinião* proferida pelo diretor norte-americano gerou toda essa comoção devido à representatividade que o mesmo tem perante a comunidade cinematográfica. Uma opinião de um cinéfilo qualquer em sua rede social talvez conseguisse um bom punhado de curtidas, mas dificilmente alcançaria o poder de irradiação que a opinião de Martin Scorsese. Segundo Tarde, as ideias com maior poder de contágio seriam aquelas articuladas pelos críticos. O *crítico* é uma personagem na teoria tardeana que detém a função de manter em estado de animação uma coletividade maior denominada de *público*. Essa manutenção que originalmente fora descrita por Gabriel Tarde como especificidade dos primeiros escritores de opinião nos jornais, com o avanço tecnológico dos meios de comunicação, possibilitou que outros indivíduos, por ordens diversas, assumissem esse *lugar* de fomentar o debate público de temas mobilizados pelos públicos.

A ideia de *públicos* em John Dewey está fundamentada sobre uma lógica muito correlata com a proposta de Tarde. Em Dewey, temos a *experiência* como um processo investigativo instaurado entre o indivíduo e o meio e dotada de duas dimensões: o agir e o sofrer. Um conjunto de pessoas é afetado direta e indiretamente por um *acontecimento* ou uma situação, e é a partir dessa afetação e da interação entre os sujeitos que se institui o público. O público assume configurações diversas a partir da própria situação que o afeta, não tendo uma existência materializada, mas uma ordenação momentânea. Em Dewey não temos instâncias estabilizadas; há um movimento de ação e afetação ininterruptos que modificam e atualizam acontecimentos e públicos a partir das experiências dos indivíduos.

Uma *opinião* e um *acontecimento* instauram uma controvérsia, instigam um oposto, apontam para um outro. Ao mesmo tempo que acendem os adormecidos, anima os apaixonados, agregam os conhecidos. E nessa batalha declarada entre diferentes públicos, táticas e estratégias são estabelecidas para a obtenção da vitória: a desarticulação do público concorrente. Com essa metáfora da guerra, o pensador francês Michel de Certeau é essencial para desconstruirmos esses lugares marcados pela indústria cultural e as pequenas vitórias cotidianas dos oprimidos nessa perspectiva do consumo. É preciso pensar a respeito de qual o *lugar institucional* do discurso de Martin

Scorsese nesta contenda.

A crítica de Scorsese talvez esteja fundamentada em algo muito particular em sua carreira, mas que possui ressonância em vários diretores de sua geração. Nos tempos áureos de sua carreira, nos anos 70 e 80, o interesse das grandes produtoras de cinema estava em seus filmes. Em 2019, *O Irlandês*, seu mais novo filme, precisou ser adquirido pela Netflix, única empresa que aceitou o alto custo de produção após a desistência de outras produtoras. Essas controvérsias envolvendo o mundo cinematográfico atualizam públicos e desautoriza outras figuras importantes na disseminação da opinião. Em 2017, por exemplo, o diretor espanhol Pedro Almodóvar teceu duras críticas pela participação de dois filmes produzidos pela Netflix no Festival de Cinema de Cannes. Uma vez que os filmes da Netflix não entravam em circuito comercial pelas salas de exibição do país.

Ainda Scorsese: "Os filmes da Marvel são o resultado de pesquisas de mercado, testes com o público, para serem examinados, modificados, revestidos e remodelados até que estejam prontos para o consumo", escreveu o diretor em seu texto. "Eles carecem de algo essencial sobre o cinema: a visão unificadora de um artista individual." Diferentemente de Almodóvar que acionou um argumento institucional baseado nas regras estabelecidas pelo festival, Martin Scorsese associa a falta de uma orientação artística dos filmes de super-herói a uma suposta ausência de autor dessas obras em questão.

Nessa incensante tentativa de animar um público e não deixá-lo se dissipar, os críticos, muitas das vezes, apostam em velhas táticas outrora bem-sucedidas nessa tarefa. Scorsese tem um olhar minucioso e entender sobre a operacionalização das muitas convenções do mundo do cinema. A convenção é um acordo sobre determinada atividade ou assunto que obedece a entendimentos prévios e a normas baseadas na experiência recíproca, implicando em práticas comuns pressupostas antes de começarem. Ele tenta reaquecer uma velha celeuma presente na história do cinema: a rivalidade entre filmes comerciais e os filmes de autor. E, mais uma vez, a volta da grande questão norteadora do cinema desde seus primórdios: esse filme é arte ou não é?

O psicólogo norte-americano William James (1842-1910) diz que toda palavra e toda sentença é cercada de *orlas* que as ligam, de um lado, com elementos passados e futuros do universo do discurso a que pertencem e, de outro, com um halo de valores emocionais e implicações irracionais. Não são as conotações desprendidas da palavra *cinema* a gerarem controvérsias. Essas orlas estão diretamente relacionadas aos usos que os indivíduos fizeram do cinema. Se ocorrem essas contradições, é porque, como

vimos anteriormente, são afetadas pelas diferentes possibilidades de *experiência* que os espectadores tem com o cinema.

Visto dessa maneira, é objetivo desta tese uma investigação a respeito da experiência do homem com o cinema. Compreender que elementos estão sendo mobilizados e reapropriados pelos diferentes tipos de público de cinema. Utilizando acontecimentos que envolveram o cinema, de alguma forma, nos últimos anos, foram realizadas entrevistas com cinéfilos e observações das repercussões dos acontecimentos na mídia tradicional e nas redes sociais. A partir dos autores utilizados para a realização desta pesquisa, o cinema como experiência deve ser analisado como uma atividade reflexiva, corporada, coletiva e equipada.

No capítulo O CINEMA COMO EXPERIÊNCIA, problematizo o advento do cinema a partir das leis da imitação de Gabriel Tarde; em como o processo de invenção adquire um tom de adaptação, uma vez que as ideias vão sendo apropriadas por outras mentes que almejam um mesmo objetivo. Em seguida, apresento aspectos da ontologia da obra tardeana que permitem um estudo do cinema em que os filmes possuem actância e leva os seus espectadores a agirem. Por último, uma análise sobre o conceito de experiência estética em John Dewey e aproximações com o conceito de Arte de Gabriel Tarde.

No capítulo O CINEMA COMO ACONTECIMENTO, trago ao conhecimento do leitor toda a trajetória em que essa pesquisa fora articulada, os momentos de angústia e ajustes na metodologia utilizada. Por fim, apresento os recursos do mundo digital que utilizei para visualizar as repercussões que os acontecimentos tiveram no período de suas ocorrências.

O capítulo LEVANDO O ESPECTADOR A SÉRIO fora escrito no intuito de apresentar a forma com que entrevistei os meus interlocutores e como se faz necessária a observação de suas práticas com o cinema. Há toda uma gama de informações sendo compartilhadas pelos indivíduos, como os memes, que estão em direta relação com os modos de consumo do cinema. Exemplifico melhor as leis da imitação de Gabriel Tarde, em termos práticos, utilizando a rede social Facebook. Por último, apresento um diálogo dos autores Pierre Bourdieu e Howard Becker a respeito do uso das histórias de vida na pesquisa sociológica.

No capítulo QUAL VALOR DE UM FILME?, a tônica será as formas de avaliação com que os indivíduos valoram filmes, pessoas, eventos e ações a partir do conceito de valor presente na obra de Gabriel Tarde. Em seguida, apresento um caso de escândalo envolvendo o filme *Bruna Surfistinha* e suas repercussões no mundo digital e, como no

campo dos valores, essa contenda fora articulada entre os públicos.

Já em AFINAL, O QUE RESTOU DO CINEMA?, estou a tratar das convenções presentes no universo cinematográfico que orientam artistas e espectadores em suas experiências. O advento dos serviços de *streaming* trouxeram um forte impacto nas formas de consumo e produção dos filmes. Por último, faço uma reflexão a respeito da pandemia do covid-19 que assolou o mundo no ano de 2020.

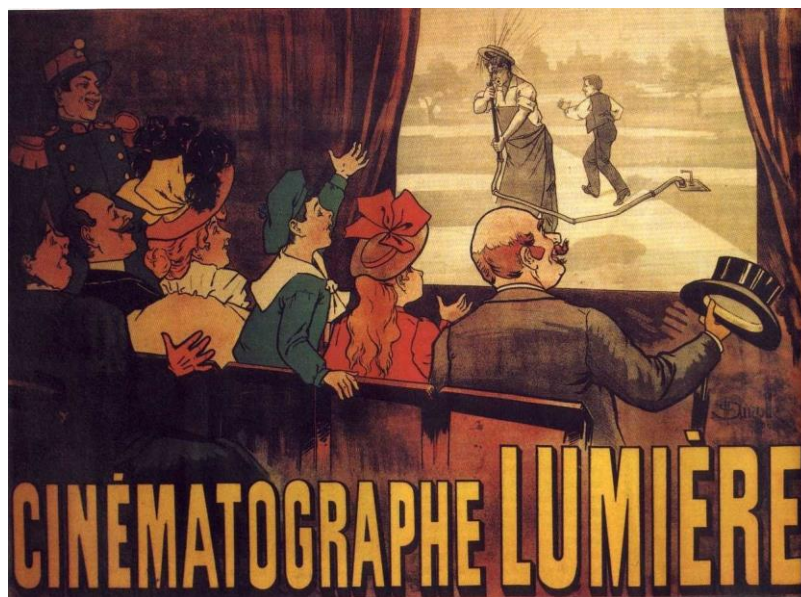
Capítulo I

O CINEMA COMO EXPERIÊNCIA

“Aprendemos quando compartilhamos experiências“

John Dewey

Figura 2 – Cartaz do cinematógrafo



Fonte: rede social Pinterest

No dia 28 de dezembro de 1895, no Grand Café, no Boulevard des Capucines, em Paris, os irmãos Louis e Auguste Lumière organizaram a primeira sessão pública de cinema da história. Com um público pagante de trinta e três pessoas, foram exibidos dez pequenos filmes de alguns minutos de duração que documentavam fidedignamente uma ação banal da vida citadina da França no final do século XIX. Deste acontecimento, é significativo registrar que esta data é a que se torna a oficial para o advento do cinema, não a invenção do cinematógrafo. Desta forma, o cinema é concebido desde sua gênese como uma experiência mediada por humanos e não-humanos.

1.1 Primeiro Ato

Toda invenção deve ser considerada social em suas causas. O sociólogo francês Gabriel Tarde (1976) assim definiu qualquer operação da criatividade humana: “*O homem não inventa pelo prazer de inventar, mas para responder a uma necessidade sentida.*” Qualquer invenção consiste em um encontro de séries anteriores ao próprio indivíduo que inventa, num fluxo de tentativas e erros, marcados por imitações dos êxitos já alcançados e adaptações correspondentes às novas singularidades. “*O trabalho dos semi-inventores sem nome e sem número que cultivam, silenciosamente, o campo do gênio.*”(TARDE 1976). E a história da construção do advento do cinema é uma amostra muito elucidativa para compreendermos a lógica do pensamento de Gabriel Tarde e sua contribuição no período de institucionalização da Sociologia no início do século XX.

As grandes invenções e os grandes conjuntos de ideias que regem uma sociedade, sejam de ordem econômica, política ou artística, não expressam um estado *natural*; elas precisaram ser *inventadas*. E tais invenções não se materializam da noite para o dia, mas adquirem uma consistência *processual*, cuja duração pode ser expressa em anos e até mesmo séculos.

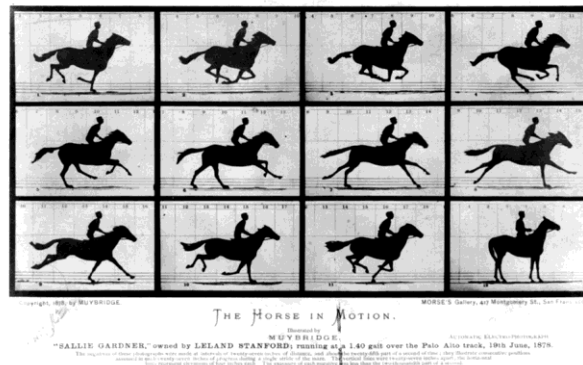
Digamos, antes de mais nada, que eles se explicam pela aparição, acidental em certa medida, quanto ao seu lugar e ao seu momento, de algumas grandes ideias, ou antes, de um número considerável de ideias pequenas ou grandes, fáceis ou difíceis, o mais das vezes imperceptíveis à nascença, raramente glorioso, em geral anônimas, mas ideias sempre novas, e que em razão desta novidade eu me permitirei batizar coletivamente de invenções ou descobertas. (TARDE, 1976, p.132)

Durante o século XIX, muitas pessoas tentaram construir um aparelho que fizesse as imagens serem projetadas em movimentos. O primeiro cientista a conseguir foi o belga Joseph Antoine Ferdinand Plateau. Em 1832, ele desenvolveu o fenacistiscópio, que consistia em dois discos acoplados a um mecanismo. O disco da parte inferior tinha figuras pintadas quase iguais às do disco superior adiantando suavemente a ação daquele disco. O disco superior tinha orifícios na superfície. Quando os dois discos rodavam na mesma velocidade, as figuras se moviam quando vistas pelos orifícios do disco superior (XAVIER, 1983)

A primeira experiência com sucesso de fotografias em movimento ocorreu em 1877, quando Eadweard Muybridge conseguiu fotografias instantâneas de um cavalo em movimento. Muybridge posicionou 24 câmeras fotográficas em linha ao longo da pista de

corrida. Os obturadores de cada câmera eram conectados por um fio. À medida que o cavalo corria, ele quebrava cada fio, acionando o obturador da câmera expondo o filme de cada uma delas.

Figura 3 – Corrida de cavalos de Muybridge



Fonte: rede social Pinterest

No final do século XIX, os inventores Thomas Armat, Thomas Edison, Charles Jenkins e Woodville Tatham, dos EUA; William Friese-Greene e Robert W. Paul, da Inglaterra; e os irmãos Louis e Auguste Lumière e Étienne Jules Marey, da França, todos mais ou menos ao mesmo tempo, fizeram descobertas e avanços na produção de imagens em movimento. É praticamente impossível dizer quem foi o primeiro a produzir e projetar imagens em movimento.

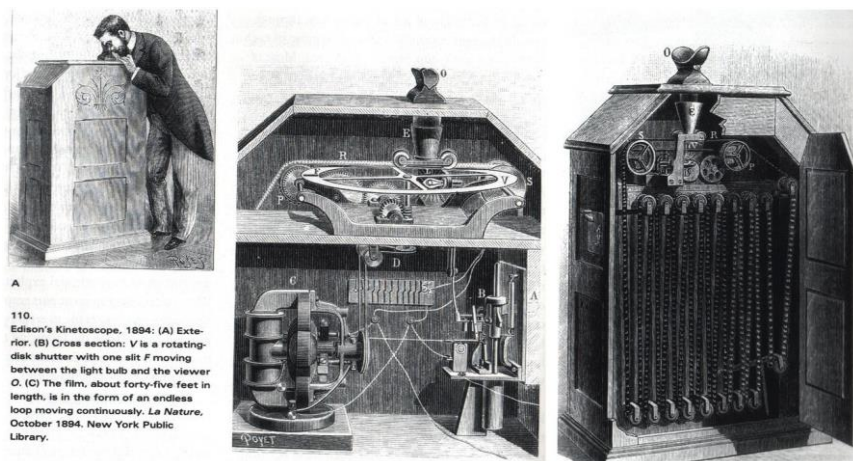
Toda ideia geral começou por ser uma ideia singular, uma singularidade que se propagou por *contágio*. Uma invenção seria, antes de mais nada, um efeito de um encontro singular de imitações heterogêneas num cérebro. *“Tudo o que abre novas saídas às diferentes irradiações imitativas tende a multiplicar as oportunidades de semelhantes singularidades”* (TARDE, 1976). Portanto, não temos a ideia de progresso de um mesmo tipo de mecanismo. A cada resposta encontrada para problemas não respondidos por dispositivos anteriores surge uma multiplicidade de novas questões, com novas respostas, e assim sucessivamente. Não há criação sem memória!

Edison começou a trabalhar em um aparelho para fazer imagens se moverem, o que finalmente conseguiu em 1889, após Hannibal W. Goodwin, um padre americano, ter desenvolvido um celulóide transparente com base de filme. Esse filme era capaz de

passar rapidamente através da câmera, fazendo várias fotografias, o que anteriormente era feito em placas de vidro coberta com elementos químicos sensíveis à luz. Evidentemente, o vidro era um pouco grande e dificilmente passava pela câmera, como o celulóide. George Eastman, pioneiro na fabricação de equipamentos fotográficos, produziu em 1888 o filme em celulóide e mais tarde a emulsão gelatinosa, criando a possibilidade de lançar no mercado a sua câmera Kodak, trazendo o cinema ao alcance de todos (XAVIER, 1983).

Com esse novo filme flexível, Edison, ou seu assistente Willian Kennedy Laurie Dickson, inventou o *kinetoscope*. Não existem provas de qual dos dois realmente o inventou. O *kinetoscope* era uma caixa com 15 metros de filme, que girava em tambores. Uma pessoa olhando por um orifício podia ver as imagens em movimento.

Figura 4 - Kinetoscope



Fonte: rede social Pinterest

Em 1894, em Nova York, Londres, Paris, podiam ser encontradas pequenas salas com *kinetoscopes* operados por moedas. Edison acreditava ser passageiro o sucesso do aparelho. No entanto, outros inventores nos Estados Unidos e na Europa discordaram dele e continuaram a desenvolver melhores câmeras e projetores. Como os Irmãos Lumière que aperfeiçoaram o invento de Thomas Edison e o conceberam como o *cinematógrafo*.

Assim, em 1895, os Irmãos Lumière organizaram a primeira sessão pública de cinema onde exibiram dez pequenos filmes de mais ou menos um minuto para um público

pagante. Os filmes reproduziam as imagens capturadas pelo *cinematógrafo*, que era ao mesmo tempo revelador e projetor, exibindo esses filmes em uma tela. Pelo *contágio* deste advento, em pouco tempo, filmes foram sendo projetados na maioria das grandes cidades europeias e norte-americanas e novas invenções e aprimoramentos sendo compartilhados e adaptados à experiência cinematográfica.

Gabriel Tarde postula que toda ideia tem um poder de contaminação; uma contaminação sempre expansiva e de efeitos sempre crescentes, como uma gripe, cujo vírus está em constante mutação. Como todos esses dispositivos técnicos que ambicionavam reproduzir fidedignamente os movimentos do mundo real *acontecendo* simultaneamente em várias partes do globo terrestre e, cada qual em suas especificidades locais, construindo diferentes possibilidades de interações e usos com seus públicos. Em vez de tomar a similitude das ideias, objetos e os próprios homens como um acontecimento singular da natureza, Tarde se pôs a indagar como essas semelhanças podem ser produzidas. Assim, foi levado a concluir que, por si mesmas, as relações de semelhança não são nada ou muito pouca coisa, pois o que explica a fecundidade lógica da relação de semelhança é o fato de que ela implica uma relação de repetição (TARDE, 1895).

Em *Les Lois de l'Imitation* (1890), Tarde nos mostrou que todas as semelhanças são devidas a repetições. Essa proposição foi desdobrada da seguinte maneira: à exceção do espaço, única grande categoria de semelhança que aparentemente não foi produzida por qualquer repetição, e condição de todo movimento, seja ele vibratório, gerador ou propagador, todas as semelhanças observáveis no universo tem como causa a repetição. Se observarmos o mundo físico e químico, as semelhanças decorrem de movimentos periódicos vibratórios. No mundo biológico, elas resultam da transmissão hereditária, da geração intra ou extra-orgânica. No mundo social, são os frutos da imitação. As repetições vibratórias, hereditárias e imitativas são responsáveis pela produção de semelhanças de origem física, biológica e social.

Toda repetição é animada por uma espécie de ambição imanente e imensa do infinito, fazendo com que ela propague, em progressão geométrica, toda inovação sobre a qual ela incide. Em outros termos, toda repetição, sob qualquer de suas formas, almeja fazer passar o que foi produzido como inovação, em ponto de extrema singularidade, para alguma coisa de universal ou infinito: como uma nova mania de consumo, um novo movimento cinematográfico ou uma pedra atirada num lago, onde as ondas produzidas

pelo ponto de singularidade marcado pelo cruzamento ou impacto de duas massas diferentes se propagam e se amplificam continuamente. Toda inovação ambiciona o infinito por meio da repetição, pois toda repetição tende para um máximo de propagação (VARGAS, 1995).

Pode-se dizer que a lei da repetição, quer se trate da repetição ondulatória e gravitacional do mundo físico, quer da repetição hereditária do mundo vivo, ou da repetição imitativa do mundo social, é a tendência para passar por via de amplificação progressiva de um infinitesimal relativo a um infinito relativo (TARDE, 1976). No que diz respeito ao mundo social, a modalidade de repetição característica é a imitação: o ser social, na qualidade de social, é imitador por essência, e a imitação exerce, nas sociedades, um papel análogo àquele da hereditariedade nos organismos e àquele da ondulação nos corpos brutos (TARDE, 1976).

Embora seja o ato social elementar, a imitação imita outra coisa que não ela própria. Deve-se saber, portanto, quais as substâncias e as forças sociais de que esses atos são feitos. Esta é uma passagem da sociologia tardeana que será muito importante para a interpretação dos dados coletados durante a pesquisa desta tese. Gabriel Tarde define essas forças que impulsionam as leis da imitação como crenças e desejos. Assim, será possível lançar luz na dinâmica das paixões humanas que desencadeiam adesões ou não a diferentes estéticas cinematográficas.

1.2 Segundo Ato

As imagens animadas percebidas na projeção do cinematógrafo dos irmãos Lumière ou no kinetoscópio de Thomas Edison, entre dezenas de patentes registradas na Europa e nos Estados Unidos na mesma década, configuram-se como resultado de um engenho que combina aparelho maquínico, aparato cognitivo e produção industrial. Considerando esses agenciamentos entre dispositivo de exibição e corpo do espectador, podemos afirmar que todo cinema se constitui como uma rede sociotécnica (LATOURE, 2005).

Segundo Bruno Latour (2012), as redes sociotécnicas são arranjos heterogêneos compostos por elementos diversos, tais como técnicas, artefatos, políticas, leis, atores sociais, configurando um caráter híbrido que escapa da tradição sociológica. Mas de qual

tradição estamos falando? Em sua obra *Reagregando o Social*, Latour (2012) questiona a forma como o *social* vem sendo articulado nas pesquisas do campo científico; o modo pelo qual a Sociologia tem fornecido explicações para determinados fenômenos a partir de conceitos estáveis e estagnados como sociedade e até mesmo classes sociais. Ele faz uma apresentação sistemática do que ele chamou de “uma arquitetura intelectual da forma de pensar e fazer ciência” e direciona o nosso olhar para a controvérsia que se deflagra no momento de institucionalização da Sociologia na França no final do século XIX: a “sociologia do social” de Émile Durkheim e a “sociologia das associações” de Gabriel Tarde.

Em seu ensaio *Monadologia e Sociologia*, Gabriel Tarde (2007) propõe que “*toda coisa é uma sociedade*”, todos os entes materiais e imateriais que compõem o mundo social estariam associados pelas leis da imitação, o que levaria uns aos outros a agir; para Émile Durkheim (2014), são os fatos sociais que devem ser analisados como coisas. Poderia o leitor achar que se trata apenas de uma troca de ordem desses enunciados, mas elas representam propostas sociológicas e metodológicas muito conflitantes e significativas para entendermos os desdobramentos das teorias sociológicas posteriores. Em seu livro *As Regras do Método Sociológico*, Durkheim (2014) adverte de que as transformações sociais não podem ser provenientes de elementos materiais, os objetos não possuem um poder de motivação para fazer as pessoas agirem; essa motivação estaria exclusivamente ao alcance dos humanos, que liberam a energia social ao agirem sobre a matéria.

A sociologia tardeana surge com uma abordagem um tanto diferenciada do conceito de *sociedade* das outras propostas sociológicas de sua época, principalmente dessa “sociologia do social” teoria durkheimiana. Enquanto Durkheim estabelecia as bases de sua teoria na imposição do social frente ao indivíduo, Gabriel Tarde, em sua teoria, tenta desconstruir qualquer forma de abstração que escape ao entendimento humano. Em seu livro *As Leis Sociais*, Tarde (1898) dá primazia às interações e movimentos do mundo social, onde os fenômenos sociais são sempre produtos das subjetividades envolvidas que resultam em espaços de acomodação ou de resistências.

A grande crítica de Gabriel Tarde à teoria durkheimiana está nos conceitos de sociedade e consciência coletiva. Para Tarde, a abordagem de Durkheim procura estabelecer o conhecido, que seriam os indivíduos, a partir do desconhecido: a *sociedade*. Durkheim parte de uma abstração geral, o social, tomando-o como uma

unidade autônoma definida por uma consciência coletiva, “uma identidade indevida que marca a semelhança lá onde vibram diferenças em constante relação” (THEMUDO, 2002, p.22)

O universo não é apenas um resultado de relações de movimentos mecânicos, mas de um vitalismo imanente da natureza. É sobre tal base de materialismo espiritualizado que se deve compreender que "*toda coisa é uma sociedade*", ou seja, tudo constitui a composição de uma infinidade de outros humanos e não-humanos que se

juntam, sob formas políticas sempre singulares, fundadas nas crenças e nos desejos. Em termos sociológicos, o social está virtualmente incluído nas interações entre indivíduos e objetos – em todos os entes que compõem a realidade social.

E não há dúvidas quanto a actância que os objetos alcançam na obra tardeana considerando tantos momentos em que o autor movimentava o mundo social em suas páginas com imagens de máquinas, seres inanimados, abelhas, todos interligados pelas *sugestões* das leis da imitação. Tendo consciência desta consequência epistemológica para o conhecimento sociológico, Gabriel Tarde (2007) adverte que precisamos de uma postura, enquanto pesquisadores, distante do que ele chamou de “preconceito antropocêntrico”:

Na verdade, é lícito perguntarmo-nos, comparando às invenções celulares, às indústrias celulares, às artes celulares, tais como um dia de primavera as expõe, nossas artes, nossas indústrias, nossas pequenas descobertas humanas mostradas em nossas exposições periódicas, se é realmente certo que nossa inteligência e nossa vontade próprias, grandes eus dispoño de vastos recursos de um gigantesco estado cerebral, levam a melhor sobre as dos pequenos eus confinados na minúscula cidade de uma célula animal ou mesmo vegetal. Com certeza, se o preconceito de nos acreditarmos sempre superiores a tudo não nos cegasse, a comparação não penderia a nosso favor. (Tarde, 2007, p. 74)

Em outros termos, é possível compreendermos que Tarde tenta romper com um certo purismo na identificação do que seria de ordem da sociedade e do que seria de ordem da natureza. Não há um ente que não seja passível de interesse para a pesquisa sociológica; e não apenas como um produto final das realizações humanas, mas como componentes de um mesmo processo a ser observado. Gabriel Tarde pensa o social para além de uma realidade humana fechada; como bem sentenciou: “a diversidade, e não a unidade, está no coração de todas as coisas” (TARDE, 2007, p. 104).

Em seu livro *Antes tarde do que nunca: Gabriel Tarde e a emergência das ciências sociais*, o antropólogo brasileiro Eduardo Viana Vargas (2000) aponta que um dos motivos para o obscurecimento da sociologia de Gabriel Tarde está na disseminação de que ela estaria mais em conformidade a uma espécie de psicologia do social, que se debruçaria mais em questões interpsicológicas da natureza humana. Segundo o mesmo, as Ciências Sociais se desenvolveram através dos postulados da teoria durkheimiana, mantendo uma forte contraposição entre o indivíduo e a sociedade. Assim sendo, é compreensível que o olhar dos pesquisadores da “sociologia do social” enquadrasse os enunciados da

sociologia tardeana como frutos de um psicologismo ou individualismo metodológico que limitaria a análise das grandes transformações sociais, econômicas e culturais que atravessaram todo o século passado.

Uma das grandes obras cinematográficas que problematiza essa intrínseca associação entre indivíduos e objetos é o filme *2001: Uma Odisseia no Espaço*, dirigido pelo cineasta inglês Stanley Kubrick em 1968. Em uma cena emblemática desta temática, vemos um osso lançado ao céu pelo líder de um grupo de macacos e se transformar em uma nave espacial. A cena parte desse grupo de primatas barulhentos dominando uma ferramenta e alegoricamente apresentando o uso de objetos como necessários para a distinção entre indivíduos a partir de relações de poder. Em contraposição a mesma, vemos astronautas silenciosos e cientistas apáticos sendo confrontados por uma inteligência artificial no futuro, que os acusa de não serem infalíveis como as máquinas.

Figura 5 – Cenas de 2001: Uma Odisseia no Espaço



Fonte: rede social Pinterest

O ser primitivo que no início do filme passou a dominar o uso de ferramentas se viu no futuro dominado e ameaçado pelos próprios artefatos que construiu ao longo da experiência humana na Terra. Deixando margem a múltiplas interpretações, seja num tom apocalíptico sobre o uso desenfreado das tecnologias e o estabelecimento de relações materialistas mediadas pelos objetos no mundo do trabalho, o filme *2001: Uma Odisseia no Espaço* Em um artigo intitulado *Uma Sociologia sem objeto?*, Bruno Latour (2015) problematiza a utilização de objetos por um grupo de macacos e os seres humanos. Por mais que seja praticamente impossível encontrar uma interação entre humanos que não

faça uso de alguma técnica, não seria essa a condição para enquadrar e especificar as interações entre essas espécies diferentes.

Uma interação não significa que as ações que a constroem permaneçam no local, e que ela sempre surpreende aqueles que se envolvem nela (LATOURE 2015). Ela significa que a ação deve ser compartilhada com outros tipos de actantes dispersos em outros quadros espaçotemporais e que pertençam a outros tipos de ontologia. Portanto, os objetos não são apenas meios utilizados pelos indivíduos para alcançarem determinado objetivo. Os não-humanos situados em uma interação com humanos funcionam como *mediadores da experiência* – eles não transmitem fielmente nossa força, assim como nós não somos os fiéis mensageiros da força deles. São essas traduções e inferências nas mediações que significam e geram controvérsias nas diversas experiências dos actantes no mundo social.

1.3 Terceiro Ato

Um dos primeiros filmes apresentados pelos Irmãos Lumière na primeira sessão pública de cinema, no dia 28 de dezembro de 1895, foi *A Chegada do trem na estação*. O pequeno filme de apenas um minuto de duração, consta da tomada em um único plano em perspectiva diagonal da estação de *La Ciotat*, tendo já alguns passageiros à espera do trem. Enquanto um carregador prende a atenção do espectador vindo em direção à câmera, o trem surge ao fundo e vem a parar no lado esquerdo da tela.

Os trinta e três espectadores desta primeira sessão não faziam ideia do que estava a se passar dentro daquela sala, ainda não acostumados com os efeitos da ilusão cinematográfica. Este pequeno público pôs-se a gritar e a fugir em direção ao fundo da sala com medo de ser atropelado. É interessante ressaltar que o efeito de uma câmera também não é notado, de forma contrária, pelos passageiros franceses que se encontravam na estação no dia da filmagem. Não há qualquer desvio de rosto ou comportamento que denunciasses que algum dos presentes tivesse noção do que estava a ocorrer ali. Em apenas um minuto de duração, as *experiências* compartilhadas por aquele pequeno público e o filme que se desenrolava na tela encaminhavam a revolução que ditaria os rumos da arte cinematográfica.

O conceito de *experiência* mobilizado nesta tese segue de acordo com as

investigações presentes no livro *Arte como Experiência* do filósofo e educador norte-americano John Dewey. Por mais que a temática da experiência e o processo de aprendizagem estejam presente em seus escritos anteriores, em nenhum deles temos essa questão atrelada de forma tão consistente ao mundo da arte. Não só pela densidade de seu pensamento em apresentar uma constituição estética da experiência humana, mas também pela clareza com que dessacraliza uma forma de arte muito distante do cotidiano das práticas humanas.

A maioria das experiências vividas em nosso cotidiano possuem um caráter rudimentar, marcadas por muitas interrupções ou letargia, não direcionamos nossa máxima atenção a todas as interações que estivemos envolvidos ao longo do dia. Uma rápida flanada pela *timeline* de nossas redes digitais, o preparo de um alimento para o jantar, ou uma cerveja com os amigos no fim de semana. Diferentemente de muitas dessas experiências mais triviais do cotidiano, *uma experiência* se distingue das demais porque não é mecânica e integra a dispersão vivida em momentos passados e remete a momentos futuros, formando um todo. Há *uma experiência*, portanto, que se distingue da experiência ordinária: a *experiência estética* (DEWEY 2010)

A experiência cinematográfica para grande parte do público composto pelas trinta e três pessoas na primeira exibição dos Irmãos Lumière talvez tenha gerado apenas uma conversa num café, onde risadas foram disparadas ao ouvirem o relato da fuga dos espectadores com a chegada do trem na tela de exibição. Mas, certamente, para um desses trinta e três espectadores, a experiência obteve uma maior complexidade, uma continuidade entre eventos passados e uma projeção do que fazer no futuro com as informações processadas a partir daquela interação. O conhecido mágico Georges Méliès estava presente nesta apresentação do cinematógrafo e, provavelmente, viu presente naquele artefato a possibilidade de aperfeiçoamento de sua arte ilusionista e uma forma de capturar ainda mais públicos para os seus espetáculos oníricos.

Méliès então se apaixonou pela nova arte, mas teve sua oferta de compra do equipamento recusada pelos Irmãos Lumière. Decidiu buscar um artefato como o cinematógrafo através de outros inventores e submeteu a criação a inúmeras experiências e a desenvolveu como ninguém a arte cinematográfica. Sem dúvida, os Lumière merecem o crédito por gerar um equipamento tão inovador quanto a câmera e o projetor, mas Georges deu origem a tudo que hoje possibilita a existência da indústria cinematográfica (XAVIER, 1978).

A experiência estética é uma sequência investigativa de consumações, e nunca de rupturas. Neste tipo de experiência residem fluxos constantes, lugares de repouso, unidade, e o seu desfecho é atingido por um movimento ordeiro e organizado, assim como o estabelecimento de uma técnica para a produção de filmes de ficção desenvolvida por Georges Méliès. O material vivenciado, ao mesmo tempo em que é marcado pelas percepções, é transformado pelas experiências anteriores. Méliès investigou o acontecimento da primeira sessão de cinema dos Irmãos Lumière a partir das referências e expectativas oriundas de sua prática na arte da magia e alcançou com seu olhar toda uma potencialidade que se abria para aperfeiçoamento de sua técnica no futuro. “A conclusão é uma consumação, e não uma cessação. Esta experiência carrega um caráter individualizador e autossuficiente.” (DEWEY, 2010, p. 110)

Dewey surpreendentemente começa o livro *Arte como Experiência* alegando que a própria existência das obras de arte dificulta qualquer teoria estética que busque entendê-las. As obras de arte existem externa e fisicamente, enquanto, na sua opinião, o que faz com que cada objeto físico se transforma em uma obra de arte esteja *dentro da* experiência. O que dificultaria uma análise devido a questões de ordem subjetiva. Além disso, o status elevado presente em muitas obras de arte, as isola das condições em que elas foram concebidas e, portanto, de sua função experiencial. A saída proposta por Dewey está em restaurar a continuidade entre as experiências mais elaboradas e refinadas que são as obras de arte e as experiências da vida cotidiana ligadas às práticas dos indivíduos

Dewey argumenta então que devemos começar com a estética em sua forma bruta para entendermos seus desdobramentos mais refinados. Para fazer isso, precisamos nos voltar para os eventos e cenas que interessam ao homem comum, como os sons e as vistas dos carros de bombeiros, a graça de um jogador de beisebol e as satisfações de uma dona de casa. Concluimos, então, que a estética começa com uma percepção agradável das atividades cotidianas, por exemplo, em nosso fascínio por um fogo na lareira quando o cutucamos. Da mesma forma, John Dewey (2010) sustenta que um mecânico que trabalha com cuidado é artisticamente habilidoso. Se o produto dele não é esteticamente atraente, isso provavelmente tem mais a ver com condições de mercado que incentivam um trabalho de baixa qualidade do que com suas habilidades.

Dessa forma, podemos compreender que Dewey (2010) tenta romper com o dualismo entre empirismo e racionalismo, e rebate um conceito de experiência como um

conhecimento acumulado ao longo da vida dos indivíduos. A essa ação e reação dos indivíduos com o seu ambiente, não se limita a compreendê-la somente no presente, no momento de sua interação, mas também remonta a todas as informações aprendidas no passado e está em conformidade com experiências futuras para se aprimorar o processo investigativo dos indivíduos quando surge algum problema que ele tenha que se orientar. O ser humano sofre a experiência e reage ao mesmo tempo. É um ser vivo que está em seu ambiente, seja ele de qual materialidade for a sua ordem, numa sala de cinema ou numa interação mediada por uma página da internet, ele sente a reação de seu ato, reage com a estoque de conhecimento disponível e busca de alguma forma se adaptar a situação. O ponto central para Dewey não é o sujeito nem o objeto, nem a natureza ou o espírito, mas as relações entre eles: a experiência significa integração. As idéias e os fatos não existem fora da experiência (DEWEY, 1980).

Assim, observamos que ocorre uma continuidade da experiência ao mesmo tempo em que há a interação do indivíduo com o seu meio, sobretudo nas experiências passadas que já tenha tido com outras pessoas, com os objetos materiais e imateriais em questão, com as características presente no ambiente da interação, enfim, todo contexto da situação em que se encontra; e da mesma forma, toda a experiência estará em continuidade com as próximas experiências, pois cada nova informação incorporada nesse processo investigativo instaurado por uma experiência, amplia-se o quadro de recursos disponíveis ao entendimento de um acontecimento do mundo real. Devido a esses atributos da experiência, é possível desprender que a experiência de um indivíduo também não se dará de forma isolada. O indivíduo em situação opera transações (DEWEY 2010), pois é ativo e reativo, e o contexto implica numa complexa rede de composições de muitas formas diferentes entre humanos e objetos materiais e imateriais. Considerando esse aspecto da continuidade da experiência, os indivíduos, ao vivenciarem as várias situações impostas no cotidiano de sua vida prática, aprendem com outras experiências e as alteram, sempre resultando dessa variedade de interações uma experiência mais integrada ou não ao meio em que fora estabelecida. É possível pensarmos em termos educativos esse processo estabelecido pela experiência, mesmo experiência e educação não sendo categorias equivalentes; mas reconhecendo que uma experiência necessita de uma continuidade do processo do experienciar mais e melhor, promovendo o processo de crescimento do indivíduo em situação.

Essa mudança para o cotidiano também implica no reconhecimento da natureza estética das artes populares. As pessoas comuns talvez acreditem num pensamento de

que desfrutam de uma recreação casual em detrimento de outras atividades orientadas por uma razão estética. Eles não percebem que o que tem vida para eles, como filmes, jazz, quadrinhos e histórias sensacionalistas dos jornais, são também formas de arte. Relegar a arte somente ao museu é separá-la das experiências da vida cotidiana. A arte falha em atrair públicos quando ela é distante dos mesmos e esses, portanto, buscam prazer estético em atividades menores. A causa disso é a separação comum entre espírito e matéria e o conseqüente rebaixamento da matéria em sua representação negativa.

Para John Dewey (2010), a experiência deve ser entendida em termos das condições da vida prática dos indivíduos. O homem compartilha com os animais certas necessidades vitais básicas e se utiliza dos meios para satisfazer as necessidades de sua natureza animal. A vida não só é uma continuidade do ambiente, mas só se faz possível em interação com esse ambiente. A criatura viva usa seus órgãos para interagir com o meio ambiente através da defesa e conquista. Toda necessidade é uma falta de ajuste adequado ao meio ambiente e também uma demanda para restaurar o ajuste. E cada recuperação é enriquecida pela resistência encontrada e superada. Assim sendo, não faz sentido falar de uma experiência transcendental. A experiência só pode ser entendida a partir dos processos situados em uma interação. Um indivíduo pode estar envolvido em formas simples e limitadas de interação consigo mesmo ou outros elementos do seu entorno, como acontece com as formas mais simples de comportamento de natureza biológica ou pode estar envolvido numa atividade mais complexa que exija muitos recursos para seu entendimento, como as de natureza intelectual.

Há uma passagem bem poética no livro *O cinema ou o homem imaginário* do sociólogo francês Edgar Morin que ilustra essa passagem de Dewey ao problematizar o advento do avião e do cinema. Por mais que fosse o avião a inovação que permitiria o homem chegar até onde só se sonhava, naquele céu por onde até então transitavam apenas anjos, nuvens e pássaros, o artefato voador “entrou sensatamente no mundo das máquinas” (MORIN, 1997, p. 24), enquanto quem realmente alçou voo foi... o cinema! “O filme é que ascende cada vez mais alto, a um céu de sonho, ao infinito das estrelas – das stars –, a esse céu banhado pela música, povoado por adoráveis e demoníacas presenças”, devaneia Morin (1997, p. 24). E é exatamente desnaturalizando essa noção de que a técnica de registro e projeção de imagens que nascia – o cinematógrafo – já estava fadada a transformar-se no que conhecemos hoje como cinema, com toda a carga de sonho que essa palavra traz atrelada a si, que o sociólogo nos dirige a pergunta:

De que íntimo poder, de que 'maná' estaria, pois, dotado o cinematógrafo, para vir a transformar-se em cinema? E não só transformar-se, mas revelar-se tão irreal e sobrenatural, ao ponto de que essas duas noções pareçam definir a sua natureza e a sua essência evidentes? (MORIN, 1997 pp. 25).

A experiência estética envolve um processo no qual ação, sentimento e significado agem de forma coordenada com o ambiente. O resultado é o equilíbrio. Tal experiência não ocorreria em um mundo de mero fluxo no qual não houvesse mudança cumulativa. Nem aconteceria em um mundo que está acabado, pois então não haveria resolução ou investigação. Isso só é possível em um mundo em que o ser vivo perde e restabelece o equilíbrio com seu ambiente.

John Dewey (2010) sustentou que as fontes da experiência estética são encontradas na vida animal não-humana. Os animais frequentemente atingem uma unidade de experiência que perdemos em nossas vidas do mundo do trabalho de forma fragmentada. A criatura viva está totalmente ativa com todos os seus sentidos, sintetizando passado e futuro em seu tempo presente. Da mesma forma, o homem tribal está mais vivo quando mais atento e cheio de energia. Ele não separa observação, ação e previsão. Seus sentidos não são meros caminhos para obtenção de alimento. Em vez disso, eles o preparam para o pensamento e a ação. Experiência significa um maior envolvimento ativo com o mundo. Em sua forma mais intensa, uma experiência envolve uma identificação do eu e do mundo. Essa experiência é o começo da arte.

É válido anexar a essa discussão sobre a interação do indivíduo e o meio em uma experiência estética, algumas considerações traçadas por Gabriel Tarde em seu livro *La Logique Sociale* de 1895, justamente na segunda parte em que ele dedica um capítulo exclusivamente ao estudo da Arte. O livro trazia novamente as principais ideias de suas Leis da Imitação presentes em suas obras anteriores, mas com uma ambição ainda maior para valer de sua cadeira de Filosofia no *Collège de France* para fixar os limites de sua própria Sociologia contra a lógica da Sociologia positivista difundida nesta época.

"Existem as belas artes e também as que não são belas" (TARDE, 1895. p. 523). Tarde começa seu texto já sentenciando que há formas distintas de se julgar um artefato construído pelo homem. De origem latina, "arte" significa técnica ou habilidade de produzir obras, formas ou objeto. E neste sentido amplo, inclui todas as criações de imaginação e engenhosidade humana, invenção das mais diversas formas: gramáticas e dicionários, dogmas e ritos, teorias e métodos científicos, bem como cerimônias ou procedimentos

legais, administrações ou indústrias. Não há um produto industrial, uma ferramenta, uma máquina, que não tenha começado como uma arte. E o que faz esses artefatos adquirirem um outro tipo de significado? Quando estes fornecem meios para satisfazer as chamadas necessidades estéticas. Essas necessidades são, segundo Tarde (idem, *ibid*), superiores às necessidades industriais. As belas artes são a expressão de uma alta inventividade que reproduz uma expressão fundamental do momento criativo. As artes não belas aspiram à reprodutibilidade maciça dos produtos que satisfarão às necessidades básicas humanas e partem de uma criação inicial que não varia.

Portanto, não há uma instância da Arte à parte dos fenômenos sociais. A Arte só se faz possível no mesmo processo que rege o movimento do mundo social. Imaginemos as reações dos trinta e três pagantes da primeira exibição de cinema da História. Ao saírem da sessão, reportando a seus conhecidos o que tivera presenciado. Lendo sobre próximas possíveis sessões e o surgimento dos filmes de ficção nos jornais da época e repassando a informação. Começando a desenvolver uma aptidão para determinado estilo de filmes em detrimento de outros. E apresentando essa sua apreciação seja em forma de aplauso, seja em recusa de participação do evento. Mas impossível dissociar esta relação mediada entre humanos e não humanos no que tange a ser considerada a arte. A partir dessa premissa, Tarde afirma que a arte é um “princípio de acordo social” (TARDE, 1895, p.526) e toma como exemplo a arte relativa a uma cultura que é transmitida através de um conjunto de tradições e valores que asseguram os indivíduos a sua localização cultural e social. Tarde evoca a França do século XII e suas catedrais góticas, como o antigo Egito e suas pirâmides. A arte é assim considerada como um vetor e fator de harmonia social, uma vez que “*não surpreende*” (TARDE, 1895, p. 523). “*Quantos povos só foram conhecidos através de sua arte*”, oferecendo um resultado em conformidade com a moral de um grupo social, indo na direção dos desejos, das necessidades dos indivíduos desse mesmo grupo, através dos quais se podia ler satisfação coletiva de pertencer a esse mesmo mundo.

Assim, em uma esfera específica, a arte é “apenas o tradutor e iluminador da moralidade” (TARDE, 1895, P. 528), de modo que a arte em todas as suas formas, portanto que se exprima na esfera que lhe deu origem e que, assim, forneceu as chaves para as necessidades estéticas de seus membros, é um princípio ou expressão de um acordo social.

É importante ressaltar que neste momento do advento do cinema, ainda não se estavam a enquadrar o cinema como uma obra de arte. Ou, nas palavras do Gabriel

Tarde, como uma *bela arte*. O termo "sétima arte", usado para designar o cinema, foi estabelecido por Ricciotto Canudo no "Manifesto das Sete Artes", em 1912, publicado apenas em 1923. Mas esse processo de *artificalização* do cinema já vinha sendo estabelecido a partir de outras invenções, como o surgimento dos filmes de ficção. George Méliès, em 1902, foi o primeiro a filmar uma ideia baseada em obra literária. Ele construiu uma nave espacial e filmou o curta-metragem Viagem à Lua, sendo visto como o pai da ficção cinematográfica. Ele realizou centenas de filmes. Na França, os Lumière tinham dois competidores: a produtora do mágico e encenador Georges Méliès, que dominou a produção de filmes de ficção durante os primeiros anos, e a Companhia Pathé.

A Star Film, produtora de Méliès, produziu centenas de filmes entre 1896 e 1912, mantendo escritórios de distribuição em Nova York e várias cidades da Europa. Mas seus filmes passaram a perder público quando o cinema encontrou uma forma narrativa própria, na segunda década, e Méliès foi à falência em 1913. A Companhia Pathé, fundada em 1896 por Charles Pathé, sobreviveu ao primeiro período, em que se estabeleceu como produtora e distribuidora de filmes, e dominou o mercado mundial de cinema até a Primeira Guerra Mundial. A Pathé comprou as patentes dos Lumière em 1902, e a Star Filme quando esta começou a mostrar sinais de fraqueza. Charles Pathé expandiu seus negócios pelo mundo, aproveitando mercados ignorados pelos outros. (COSTA, 2006, p. 21).

Os historiadores dividem o início do cinema em duas fases: o cinema de atrações (de 1895 a 1907) e o período de transição (de 1907 a 1915), quando o cinema deixa de mostrar fatos e passa a ter a perspectiva de narração. A partir de então, o mundo do cinema evolui para a arte. As histórias passam a ter construções narrativas com enredos, personagens e outros elementos que não existiam nas primeiras experiências, com narrativa literária, fazendo com que os filmes fossem mais longos (XAVIER, 1983)

E o que seria esse *belo* que tanto perpassa os escritos do Gabriel tarde a sobre a Arte? O *belo* não possui aqui uma conotação de um adjetivo utilizado para enaltecer características externas à obra de arte em oposição a uma arte *feia*. O *belo* é utilizado quando se quer enquadrar uma arte que atenda aos critérios estéticos de um grupo. Como resultado, o trabalho do artista é respeitar as diretrizes sociais dadas a ele e "se ele tentar colidir de frente com essas crenças, corre o risco de ser destruído com os novos julgamentos de gosto que ele afirma ter apresentado, e tomá-los como elementos do novo *belo* que ele traz ao mundo, ele perderia sua missão social, que é enriquecer e não

diminuir, fortalecer e não enfraquecer a crença do coletivo: objetivo comum da lógica social e estética”(Tarde, 1895, p. 540). Em outras palavras, produzir uma obra de arte tende à aplicação pelo artista de meios sociais inspirados em um conjunto de fatos históricos e socialmente acordados, com o objetivo de um encontro cultural e social dentro da mesma esfera, supondo que o artista e seu público-alvo são animados pelas mesmas crenças e desejos.

Retomando aos escritos de Dewey sobre a experiência estética, este acreditava que a arte reunia a mesma relação de fazer e sofrer que dão significados a uma experiência. Algo é artístico quando as qualidades do resultado controlam o processo de produção. O fato de a experiência estética estar relacionada à experiência do fazer pode ser visto no fato de que, se acreditássemos que um produto era de povos primitivos e depois descobríssemos que era um simples produto da natureza, isso seria percebido de maneira diferente. A satisfação estética deve estar ligada à atividade que a originou. Por exemplo, isso vai de encontro a uma questão que sempre ouvi em minhas pesquisas envolvendo o cinema: quanto mais se conhece o cinema, maiores são as recompensas que se retira dele.

O processo de produção artística está envolvido desde o início com a percepção. Implica a consciência sensível do objeto em evolução e de suas qualidades estéticas. O artista termina o processo quando percebe diretamente que o produto é bom para atingir determinado fim. A sensibilidade do artista direciona a contínua modelagem e reformulação do trabalho. No processo criativo, mãos e olhos estão intimamente conectados, ambos atuam como instrumentos da criatura viva como um todo.

O produto será estético apenas se o fazer e o sofrer da experiência estiverem dispostos a se formar um todo perceptivo. Isso ocorre tanto na imaginação quanto na observação. O artista deve construir uma experiência coerente continuamente através de constantes mudanças. Mesmo quando uma autora escreve o que ela já havia concebido claramente, sua obra não é privada: a arte é feita para consumo público. Há sempre presente uma intenção de se alcançar um determinado tipo de público. Com a arte cinematográfica, esse enunciado do John Dewey se torna preciso, não há forma do cinema acontecer sem a intenção e exibição para um público consumidor.

As atividades do observador são comparáveis às do criador. A recepção que é uma percepção completa, e não um mero reconhecimento, é uma série de atos responsivos

que resultam em satisfação. Na percepção, a consciência se torna viva. A consciência requer envolvimento implícito da resposta motora em todo o organismo, o que implica que a cena percebida seja permeada pela emoção. Embora essa fase da experiência envolva entrega por parte do indivíduo nos elementos oferecidos pela obra de arte, isso só pode ser feito através de atividade controlada, direcionada, interessada. O menor dos acasos de ligar uma televisão e procurar um filme para induzir o seu sono, já implica numa atividade deliberada e interessada em uma finalidade previamente especificada. O que irá ocorrer, a partir do momento em que esse filme é disponibilizado no aparelho de TV em interação com as condições físicas e psicológicas apresentadas pelo indivíduo, competirá às contingências e exigências que a situação se desdobrará. E são muitas: desde uma ligação da mãe do espectador procurando saber informações do dia de seu filho, até a própria temática do filme despertar a atenção do indivíduo e fazê-lo prorrogar sua noite de sono.

Precisamos de aprendizado para entendermos as grandes obras de arte. A experiência estética da arte requer uma interação contínua entre o organismo do indivíduo e o objeto. A visita guiada típica em um museu não envolve essa interação. Na devida apreciação, o espectador deve criar sua própria experiência de modo a incluir relações semelhantes às percebidas pelo artista. A recriação é necessária para que o objeto seja visto como uma obra de arte. O espectador, assim como o produtor, seleciona e simplifica de acordo com seus interesses e, da mesma forma, reúne os detalhes em um todo.

Capítulo II

O CINEMA COMO ACONTECIMENTO

“Palavra puxa palavra, uma ideia traz outra, e assim se faz um livro, um governo, ou uma revolução, alguns dizem que assim é que a natureza compôs as suas espécies.”

Machado de Assis

Figura 6 – Protesto da equipe de Aquarius em Cannes

EL PAÍS CULTURA

FESTIVAL DE CANNES >

Equipe de ‘Aquarius’, de Kleber Mendonça Filho, protesta em Cannes

Aquarius leva a crise política brasileira ao tapete vermelho do Festival de Cannes

C. M. | A. V.
São Paulo / Cannes - 19 MAY 2016 - 13:03 BRT

NEWSLETTERS
Receba o boletim diário do EL PAÍS Brasil

PODE TE INTERESSAR

Nadine Labaki será a primeira diretora árabe a ganhar o Oscar?

‘Vozes da Floresta’: o documentário que revela as muitas crises do Brasil

Os melhores livros do século XXI

Protestos de brasileiros em Cannes SEBASTIEN NOGIER / EFE

Fonte: Portal de notícias El País

No dia 17 de maio de 2016, o cineasta brasileiro Kleber Mendonça Filho apresentou o seu segundo longa-metragem *Aquarius* na seleção oficial de filmes concorrentes à Palma de Ouro no Festival de Cannes. Na sessão de gala, sob os olhares

da imprensa internacional e de profissionais de cinema do mundo inteiro, o elenco e membros da equipe técnica de *Aquarius* manifestaram-se com cartazes em suas mãos que denunciavam a crise política brasileira instaurada com o processo de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff.

2.1 Primeiro Ato

“O acaso não escolhe, propõe.” Talvez a queda de uma maçã da árvore teria despertado o físico Isaac Newton para o entendimento da Lei da Gravitação Universal. Outros dizem que ao observar as oscilações de um lustre da Catedral de Pisa, Galileu Galilei teria concebido as diretrizes de sua famosa Lei do Pêndulo. E o famoso caso do grego Arquimedes que teria gritado “*Eureka!*” ao resolver um complexo dilema observando o volume de água subir ao entrar em sua banheira. Com as devidas proporções e ambições resguardadas, bem no início dessa pesquisa eu me vi encasquetado com uma artimanha do acaso: uma mensagem de *whatsapp*.

Em um artigo chamado “Foi por acaso”: reflexões sobre a coincidência, o sociólogo norte-americano Howard Becker (1995) problematiza como grande parte dos cientistas sociais é fortemente influenciada por um modelo sociológico de explicação causal que se preocupa em demonstrar “porque algo foi ou se tornou necessário”, e não se dedicam a tantos outros eventos que ocorrem durante o *processo* da pesquisa sociológica que enriqueceria o enunciado para “como algo foi ou se tomou possível”. Em outras palavras, insistimos em buscar as causas para as coisas que julgamos relevantes dentro de uma determinada pesquisa do que para os fatos que até então julgamos indiferentes. Se tivéssemos uma noção mais generosa do que é importante, se insistíssemos no mesmo nível detalhado de explicação para um número maior de eventos de um *processo*, certamente pensaríamos sobre a sociedade de maneira diferente.

Essa contraposição dos modelos sociológicos apresentados surge como um grande ponto de divergência no processo de institucionalização da Sociologia no final do século XIX: a importância do papel do acaso na pesquisa científica defendida pelo sociólogo francês Gabriel Tarde e a regularidade do método sustentada pelo sociólogo francês Émile Durkheim. Gabriel Tarde ao opor a noção de “acaso” à de “regularidade”, enfatiza a importância do imprevisto na história e considera a regularidade uma dimensão redutora da realidade. Em relação ao olhar de Durkheim sobre o curso da história, Tarde afirma: “Ele não atribui nenhum papel ao acidental, ao irracional, essa fase dissimulada do

fundo das coisas; nem mesmo ao acidente do gênio” (TARDE, 1989, p. 94)

Howard Becker (1995) enfatiza que o maior empecilho para que esta forma menos determinista de encararmos os eventos do mundo social se concretize está na linguagem. Seja no formato com que institucionalmente a área das Ciências Sociais exija em suas publicações e até mesmo na dificuldade de tradução de um fenômeno social para uma escrita que não leve em consideração todo o contingenciamento do mundo social. Ele pensa, provavelmente com razão, que o melhor que podemos fazer é contar uma boa, inteligível e plausível história de como as coisas sucederam, que seja coerente com tudo o mais que conhecemos e tudo o mais que sabemos.

Uma história bem elaborada pode nos satisfazer como uma explicação de um evento. A história narra como algo aconteceu — como uma coisa aconteceu em primeiro lugar e conduziu, de maneira razoavelmente clara, àquele evento, e, então aquelas coisas levaram a um novo evento e assim por diante até o final. Portanto, a tentativa de responder os problemas levantados por esta tese desta exigiu um olhar mais atento a toda uma cadeia de eventos e situações que foram emergindo ao longo do período de doutoramento. E a grande questão que me acompanhava: como elaborar um texto que contemple, o máximo possível, o movimento incensante que anima o mundo social.

“Escrever é fácil. Você começa com uma letra maiúscula e termina com um ponto final. No meio você coloca idéias.” E escondo todas as páginas em branco, todas as noites mal dormidas? Onde coloco toda a procrastinação, os momentos de dúvida, o peso da culpa e as mãos desiludidas? Além de todo esse doloroso processo de escrita, soma-se a esse fato a difícil tarefa do cientista social que é reduzir em palavras as mais complexas questões do mundo social observadas em sua pesquisa de campo. E para além da *letra maiúscula* e o *ponto final*: comunicar!

Não que em outros momentos de minha trajetória acadêmica a escrita não tenha me despertado a reflexão, uma vez que esta é um dos maiores instrumentos que o cientista social detém. Mas desta vez, a confecção da redação científica desta tese causou-me um bloqueio criativo para muito além das obrigações de uma rotina acadêmica. E no processo de investigar esse desconforto, recorri a muitos manuais de autores que tentavam tranquilizar jovens pesquisadores em seu processo de escrita: *Truques da escrita: para começar e terminar teses, livros e artigos* do Howard Becker, *Ofício de sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia* de Pierre Bourdieu, *Como se faz uma tese* do Umberto Eco, *A imaginação sociológica* de Charles Wright Mills, dentre outros.

E, realmente, encontrei muito estímulo nas experientes sugestões desses renomados sociólogos, desde elaborar melhor o desenho e a narrativa de minha pesquisa, como a encontrar e refinar ainda mais a pergunta que eu gostaria de responder com esse estudo. Não posso deixar de assinalar a importância dos mesmos em apaziguar um pouco as frustrações frente ao próprio modelo institucional da pesquisa acadêmica. Tem um certo impacto em nosso ofício de pesquisador os momentos de ruptura em nossas investigações, o momento onde é necessário encerrar a observação e a elaboração do texto final para a avaliação dos pares. E encontrar um fôlego cada vez maior para retomar a pesquisa frente à compartimentalização que ocorre desta entre as etapas da graduação, mestrado e doutorado. Que são necessárias, não menos problemáticas.

Observemos um trecho do capítulo *Da dificuldade de ser um ANT: interlúdio na forma de diálogo* do livro *Reagregando o Social* do sociólogo francês Bruno Latour (2012). Caso o leitor não esteja familiarizado com o livro, aqui destaco uma pequena passagem de uma acalorada discussão entre um aluno em busca de um *quadro de referência* para finalizar sua tese de doutorado e um professor que “utiliza” a metodologia Actor-Network Theory (ANT), traduzida no Brasil como Teoria Ator-Rede (TAR).

Aluno: Preciso terminar meu doutorado. Só faltam oito meses. O senhor fala sempre em “mais descrições”, mas isso me lembra as curas do Freud: análise sem fim. Quando parará? Meus atores estão por aí! Aonde devo ir? O que vem a ser uma descrição completa?

Professor: Ótima pergunta. Prática. Como não me canso de dizer: “Tese boa é tese feita”. Mas há outra maneira de parar, além de “acrescentar uma explicação” ou “inserir um quadro”.

Aluno: E qual é?

Professor: Pare depois de escrever suas cinquenta mil ou qualquer que seja a exigência aqui; nunca me lembro qual é.

Aluno: Oh, mas isso é maravilhoso! Portanto, minha tese estará terminada quando estiver completa. Grande ajuda, muito obrigado. Que alívio!

Professor: Muito bom você ter gostado. Falando sério agora, não acha que qualquer método depende do tipo e do tamanho do texto prometido?

Aluno: Isso, porém, é um limite textual, não tem nada a ver com método.

Professor: Por isso, mais uma vez, discordo da maneira como são preparados os

doutorandos. Redigir textos tem tudo a ver com método. Você redige um com tantas palavras em tantos meses com base em várias entrevistas, em longas horas de observação, em tais e tais documentos. É tudo. Não há outra coisa a fazer.

Aluno: Não, faço mais que isso. Estudo, aprendo, explico, critico...

Professor: No entanto, alcança esses objetivos grandiosos por meio de um texto, não?

Sim, um *texto*. E essa ligação da composição da escrita da pesquisa com a metodologia é fundamental. Eu permaneci durante os anos iniciais do doutorado com a mesma metodologia desenvolvida na pesquisa do mestrado. Estabeleci uma espécie de *jogo* em que os participantes assistiam aos filmes favoritos de todos integrantes e eu mediava uma conversa entre essas muitas opiniões a respeito dos filmes um dos outros. A *conversa* se mostrou muito eficaz ao proporcionar que eu visualizasse os pontos em que deveriam ser estimulados para tentar entender a dinâmica das qualificações dos filmes; não bastava para mim apenas a qualificação como bom ou ruim de um filme em sua totalidade. Mas essa metodologia não me possibilitava estabelecer uma ponte entre essas opiniões que observava com questões maiores no cenário nacional que dialogava diretamente com o cinema.

Eu havia me tornado refém do próprio método. Charles Wright Mills (1969) chega a dizer que existe um *fetichismo do método*. “Ser dominado pelo método ou teoria é simplesmente ser impedido de trabalhar, de tentar, ou seja, de descobrir alguma coisa que esteja acontecendo no mundo” (MILLS, 1969, p.133). As exposições do método prometem guiar-nos a formas melhores de estudar tudo. A elaboração de teorias, sistemática ou não, promete alertar-nos para distinções no que podemos ver, ou do que podemos fazer com o que vemos, quando chega o momento de interpretá-lo. “Mas nem o método nem a teoria sozinhos podem ser tomados como parte do trabalho real dos estudos sociais” (MILLS, 1969, p.134).

E foi interessante observar não só os acontecimentos numa grande escala a me desafiar, mas também a quantidade de contatos que eram estabelecidos comigo por conta da temática da pesquisa. Desde 2009 estou a pesquisar sobre o cinema, nos primeiros semestres do curso de graduação em Ciências Sociais, e já de conhecimento dos amigos próximos, familiares e membros de minhas redes sociais sobre esse tema da minha tese. Sempre estou a receber mensagens sobre filmes, familiares que me localizam notícias nos jornais e até mesmo membros de grupos de cinéfilos que participo nas redes sociais que solicitam minha opinião a respeito de algum fenômeno ligado ao universo cinéfilo. É como se minha pesquisa estivesse *viva*, dentro de um processo envolvendo tantas pessoas e objetos – e era preciso dar conta de todo esse movimento.

Eu sei precisamente localizar o momento em que meu olhar se tornou mais atento a uma série de notícias envolvendo o cinema que movimentaram fortemente as mídias e redes digitais deste país. Durante o intervalo de uma disciplina que cursava no primeiro ano do doutorado, apanhei meu celular para verificar se havia alguma notificação nas

tantas redes sociais que possui um perfil ou mesmo flamar livremente por elas sem o constrangimento de bisbilhotar a vida alheia. E eis que recebo a seguinte mensagem pelo *whatsapp*: “Heitor, você tem que ver isso!”, seguindo de uma imagem retirada do *twitter*.

Figura 7 – Protesto no Festival de Cannes 2016



Fonte: rede social Twitter

Num primeiro momento, a manifestação da equipe de atores e técnicos do filme *Aquarius*, durante o Festival de Cannes, despertou-me a atenção enquanto um cidadão brasileiro ao observar que nossa crise política estava sendo escancarada numa premiação do cinema de tamanha importância. E desde o momento do recebimento desta mensagem, era cada vez mais o número de amigos a compartilhar o mesmo evento em suas redes sociais. A dimensão da repercussão da manifestação veio quando, naquele mesmo dia, essa notícia foi veiculada pelo *Jornal Nacional* na *Rede Globo* de televisão.

A própria definição do que seria o meu objeto de análise começou a entrar em conflito: o cinema já não me era apenas apresentado pela qualificação dos atores sociais. Suas cenas estão congeladas em *memes* nas redes sociais que são compartilhados e reutilizados aos milhares; a própria arte cinematográfica que instiga e leva os atores sociais a agirem sem nem mesmo terem tido uma experiência ao consumir determinado

título em questão. Eu não poderia permanecer num empirismo raso que consiste em pensar que o real dá de si mesmo o conhecimento daquilo que ele é, confusão muitas vezes denunciada, por exemplo, por Gaston Bachelard (1949); mas há também um perigo de reducionismo se somente for inserido na pesquisa o que parecer socialmente pertencer ao mundo do cinema. O próprio termo *cinéfilo* eu comecei a parar de utilizar na procura de participantes para a pesquisa, pois fui percebendo que há também um peso negativo em sua concepção por parte de alguns públicos. Fora outras pessoas, geralmente as que dariam excelentes contribuições, que não se sentem à altura de dizerem que são cinéfilas por considerarem haver uma certa *intensidade* para ser alocada nesta categoria.

Para tanto, se fez necessária uma investigação sobre uma nova metodologia para essa pesquisa, mas sem deixar de levar em consideração os resultados da pesquisa da graduação e do mestrado, onde a *experiência cinematográfica* mostrou ser uma ação *situada e mediada*. A exposição desses problemas de percurso durante a pesquisa do doutorado adquirem relevância analítica ao estarem profundamente conectados com sérias mudanças nas políticas culturais do Brasil nos últimos anos. Para tanto, optou-se como metodologia desta tese uma abordagem pragmatista dos *acontecimentos* (QUÉRÉ 2005)

2.2 Segundo Ato

Em minha primeira pesquisa de iniciação científica na graduação em ciências sociais, fui responsável por montar e administrar um cineclube que ocorreria dentro da própria universidade e estaria aberto ao público em geral. A única condição era de que o participante permitisse, através de um contrato de direito de imagem, que filmássemos o seu rosto durante a exibição dos filmes. A escolha dos filmes fora feita por mim, onde tentei articular diferentes gêneros cinematográficos num total de vinte sessões.

A primeira cena que lhes apresento ocorreu na sessão onde fora exibido o filme *Brilho Eterno de Uma Mente Sem Lembranças* do Michel Gondry estrelado por Jim Carey. Já com mais de uma hora de exibição do filme, é notada a chegada de uma participante atrasada. Bem, nada fora do script, pois não era proibida a entrada mesmo após o horário combinado. Após se acomodar em uma cadeira, a participante começou a rir alto em todas as cenas em que o Jim Carey aparecia. Até então, tudo bem. A questão era que uma única participante, numa sala com dezoito pessoas, estava a gargalhar dessas

cenar. Os outros membros do cineclube começam a se incomodar, a olhar de forma inquisidora para ela e até em certos momentos emitir chiados para que ela se controlasse.

E com o tempo, ela vai se inteirando que se trata de um drama e não uma comédia, e estanca definitivamente o seu humor.

Eu proponho pensarmos algumas questões a partir desta cena. Ao adentrar na sala do cineclube, a participante em questão observou o que estava acontecendo naquele ambiente, as pessoas e os objetos que lhe eram conhecidos ou não. Não tenho como afirmar que esta mesma não estava realmente a achar graça das frases dramáticas proferidas pela personagem do ator Jim Carey, mas em última análise o que ficou evidente foi a tentativa frustrada da mesma em se mostrar envolvida na situação, para compensar o seu atraso. A figura do Jim Carey lhe era familiar, de tantas comédias estreladas pelo ator. Numa análise goffmaniana, o que fora encenado naquela sessão nada mais é que uma “definição da situação”.

Quando o indivíduo está em interação com outros, de acordo com Goffman, existem duas formas de expressividade desse indivíduo: a expressão que ele transmite e a expressão que ele emite. A expressão transmitida tende a ser a forma mais tradicional de comunicação, onde os indivíduos em interação dispõem da linguagem verbal para se comunicarem. A expressão emitida inclui todo um gestual próprio do indivíduo que auxilia na compreensão de sua representação pelo outro indivíduo da situação (GOFFMAN, 1999, p 12). E utilizando de termos oriundos da dramaturgia, é através dessas expressões emitidas que Goffman irá compor seu material analítico para compreender as situações cotidianas.

Goffman irá se concentrar em como um ator cria uma impressão e o que ele mostra de si para os outros. Cada indivíduo está tentando convencer os outros a acreditarem em seu caráter (GOFFMAN, 1999, p 28).

Esta forma de controle sobre o papel do indivíduo restabelece a simetria do processo de comunicação e monta o palco para um tipo de jogo de informação, um ciclo potencialmente infinito de encobrimento, descobrimento, revelações falsas e redescobertas (GOFFMAN, 1999, p 17).

É importante também mencionarmos que Goffman observa o caráter promissório dessas situações mediadas. Os indivíduos envolvidos numa interação tendem a estabelecer uma relação de confiança, ambos oferecendo uma retribuição enquanto estiverem presentes, em troca de algo cujo verdadeiro valor só será estabelecido quando um deles se retirar. Essa relação da “fachada” com o “cenário” assumiu tamanha importância em minha pesquisa: o ato de assistir a um filme implica tipos de comportamento de acordo com a situação. Numa sala de cinema, regras são

compartilhadas socialmente. Não é aceito que alguém fale durante a exibição de um filme, certamente a pessoa será repreendida. Você só pode emitir a sua opinião, após o término do filme. Mas durante todo o tempo que estamos a ver uma obra cinematográfica estamos a qualificá-la como boa ou ruim. É normal pessoas abandonarem salas de exibição por não estarem gostando de determinado filme. E é possível transmitir sua opinião a respeito do filme também durante a exibição: através das emoções.

Após as filmagens das sessões no cineclube, eu precisava analisar as faces do público de acordo com as cenas do filme. Não há nada de tão surpreendente que soltem risadas nas cenas de comédia ou que se emocionem quando há essa apelação no roteiro. Mas como entender a dimensão das risadas da participante durante o *Brilho Eterno de Uma Mente Sem Lembranças*, de outro que vira o rosto na exibição de *Madame Satã*, e ainda da que vomita durante o *Irreversível* do Gaspar Noé?

Ilustrarei uma última cena desta minha experiência no cineclube. Após as vinte exibições dos filmes selecionados para o cineclube, marquei um dia para que todos falassem em conjunto a respeito do gosto cinematográfico dos envolvidos no projeto. Primeiramente, pedi que cada participante me apresentasse uma listagem com os vinte filmes distribuídos de forma hierárquica do mais querido ao mais odiado. Além deste material escrito que pedi que já me trouxessem de casa, solicitei um debate em sala em que cada um expusesse as suas preferências dentre essa amostra de vinte filmes.

Quando já me encontrava guardando os materiais utilizados por mim na aula e sem mais nenhum membro do cineclube na sala, retorna uma participante e solicita uma conversa privada comigo. Ela, sem delongas, dispara: “professor, eu sei de três meninas que mentiram hoje para você. Estou te contando isso porque você disse que é coisa da sua faculdade”. Então a mesma me relewa que ela e essas meninas fizeram a listagem juntas e que ficaram com vergonha de assumir que não gostaram de certos filmes. Pois bem, de cara eu já achei genial essa capacidade de reconhecer que tipo de filme agradaria um cinéfilo ou a mim, ficou parecendo que era necessário “acertar” essa prova para ser promovida no curso. Ela me faz um relato muito expressivo:

Elas falaram pra você que gostaram de *Madame Satã* mas é mentira. Ninguém gostou. Amanda e Roberta são evangélicas e não gostam de coisa de bagunça. Mas eu não gostei não foi por coisa de viado não, eu achei chato mesmo. Até acho importante essa questão do negro, o fato de ser discriminado e tal. Mas eu gosto é de história de amor. Ali é só violência, me dá nervoso.

E assim, ela vai desnudando uma possível verdade por trás daquelas simples

listagens. E esse desmascaramento tem tanto a me dizer na pesquisa, que é justamente essa situação paradigmática que desencadearia minha pesquisa de dissertação. Pois o que leva as pessoas mentirem a respeito de seus gostos artísticos? Os atores sociais não necessariamente estão dispostos a se envolverem em disputas ao exporem questões morais em suas opiniões. Como disse anteriormente, as fachadas e os cenários estão intimamente envolvidos. De certa forma, essas meninas não queriam transparecer em suas fachadas que não entendiam de filme; de alguma forma, e essa é também um fio condutor de minhas pesquisas, as pessoas reconhecem certos filmes como sendo de maior relevância em detrimento de outros, independente de gostarem ou não desses filmes.

2.3 Terceiro Ato

A experiência cinematográfica só é possível se mediada por alguns elementos envolvidos na situação. Em minha dissertação de mestrado, fora possível observar com maior atenção quatro categorias destes elementos: o corpo do espectador, os muitos objetos necessários para a exibição de um filme e os públicos que estes elementos se aglutinam. Precisamente, na página noventa e seis de minha dissertação, há um depoimento que foi muito revelador de um dos meus interlocutores.

“Tem uma coisa chamada público que você deveria seguir pra entender isso. Sabe como é o povo que vai no cinema ver Velozes e Furiosos? Imagine uma gritaria, pipoca pra todo lado, gente namorando e falando sem nem olhar pra tela, é isso. Filme comercial é assim, você viu ontem e hoje já esqueceu. Agora quem vai ver filme de arte, vai ver o filme de verdade. É outra gente, gente muito mais intelectualizada, estudada, educada. Não tem bagunça. O filme tem conteúdo para ser discutido após a exibição. Faz esse teste, vá nos dois tipos de cinema pra você notar a diferença.” (Homem, 52 anos, Agente Administrativo)

Não sei se o tom pedante com que esse interlocutor sempre tinha em nossos encontros, mas algo me fazia ficar paralisado exatamente nessa passagem de nossa entrevista. Mas uma coisa ele tinha muita razão: eu precisaria seguir os públicos para entender um pouco as lógicas de suas formações. E estaria nesse trecho da entrevista uma série de apontamentos que vieram a tomar uma relevância dentro de minha análise. É possível perceber uma série de elementos sensoriais e não-humanos necessários em

sua explicação para diferenciar dois tipos de filmes.

O desafio foi considerar as ligações, os gostos, os modos de fazer e as emoções do ator social *experimentando* uma obra cinematográfica, em vez de ver nessa relação apenas o jogo passivo da diferenciação social e não aprofundar no que realmente importa nesse consumo. Tal experiência só é possível por ser mediada por uma multiplicidade de elementos conectados: como os objetos, o corpo e os públicos

OBJETOS

A primeira crítica levantada por Latour (2012) em seu livro *Reagregando o Social*, é a forma equivocada como a palavra social vem sendo utilizada pelos sociólogos: algo que tem um vínculo social. O social não pode ser designado como um domínio específico, um material como palha, barro ou aço; é antes o nome de um movimento, de um deslocamento. O social é o nome de um tipo de associação momentânea caracterizada pelo modo como se aglutina assumindo novas formas.

Latour (2012) problematiza a existência de um vínculo entre humanos e não-humanos que muitas vezes os sociólogos não têm dado tamanha importância em suas pesquisas – os objetos existem, naturalmente, mas não são alvo de pensamento social; costumam fazer distinções entre material e social que acabam ocultando relações entre os mesmos que influenciam e muito em determinados fenômenos da realidade social. Sobre os objetos:

“Como servos humildes, vivem à margem do social, encarregando-se da maior parte do trabalho, e nunca são representados como tais. Parece não haver meio, veículo ou porta de entrada para inseri-los no tecido formado pelos outros laços sociais. Quanto mais pensadores radicais insistem em atrair a atenção para os humanos nas margens e na periferia, menos citam os objetos” (LATOURE, 2012:111).

No entanto, uma vez libertos do silêncio, os objetos começam a balbuciar. Partem, então, em todas as direções, sacudindo os atores humanos para despertá-los. Mas Latour (2012) faz um adendo: para serem levados em conta, os objetos precisam ingressar nos relatos. Quando não deixam traços, não fornecem nenhuma informação ao observador e não produzem efeito visível em outros agentes, permanecem em silêncio e deixam de ser atores: não são mais levados em conta.

CORPO

Em qualquer experiência artística, é possível verificar o engajamento do corpo e das emoções do ator social. A sociologia tem ainda mais medo do corpo que dos objetos porque ele lhe parece ser o próprio símbolo de uma interpretação naturalista das ligações e dos gostos. Como fazer justiça, neste quadro, ao fato de que o gosto, a paixão por um objeto ou o interesse por uma prática são atividades “corporadas”? (HENNION, 2011)

A questão não é tanto compreender como um corpo “natural” é de fato determinado, adestrado, formado e deformado por seu entorno social. Antes disso, trata-se da experiência compreendida entre um corpo que gosta e da arte amada através de uma atividade coletiva e instrumentada. Por mais “natural” que ele se torne, o gesto do jogador de tênis, do qual a bola parte tão mais rápido quanto mais relaxado ele estiver, não pode se concretizar senão com a raquete, a rede, a quadra, as regras do jogo, o adversário e cem anos de prática de seu esporte. Nada de língua, nada de nariz, nada de gosto pelo vinho antes do vinho se tornar objeto de um conjunto de práticas que o colocam em seu centro. Nada de ouvido, nada de emoção musical sem uma música para escutar (HENNION, 2011).

PÚBLICOS

O gosto começa pela a confrontação com o gosto dos outros. Os públicos não são a verdade oculta do gosto, ele é seu ponto de partida obrigatório. Alguns indivíduos servem de modelo ou de iniciadores, forçando-nos a desprezar aquilo de que havíamos gostado e a gostar daquilo que há pouco depreciávamos. Outros servem de contraste ou de imagens nostálgicas de gostos passados, ajudando-nos a desembaraçarmo-nos de ligações inadequadas. De uma forma ou de outra é inevitável a identificação com algum tipo de público a partir do compartilhamento de ideias, gostos ou ideologias. E como nos indica Tarde (1992), o homem não partilha apenas de um tipo de público, mas há um multipertencimento a diferentes tipos de públicos.

O cinéfilo tem que se decidir entre diferentes mundos possíveis; é um homem múltiplo, que existe no interior da dinâmica constitutiva e evolutiva dos públicos. Os públicos são a expressão de novas subjetividades e de formas de socialização, que foram ignoradas pelas sociedades disciplinares. Com efeito, "a formação de um público supõe

uma evolução mental e social bem mais avançada que a formação de uma massa ou de uma classe" (TARDE 1992:38).

2.4 Quarto Ato

“*Em nenhuma outra forma de sociedade, na História, houve uma tal concentração de imagens, uma tal densidade de mensagens visuais*” (BERGER, 1999, p. 131). Sejam nas cidades ou nos ambientes digitais, todos nós nos deparamos diariamente com milhares de imagens derivadas do cinema. São personagens dos filmes de super-heróis compartilhados no material escolar das crianças; acessórios e roupas confeccionadas com estampas da franquia *Star Wars*; cartazes de filmes clássicos como *Laranja Mecânica* de Stanley Kubrick ou *Scarface* do Brian De Palma a enfeitar os quartos de apaixonados cinéfilos; até mesmo com os *trailers* promocionais indicando filmes que ainda não entraram em circuito comercial e que já instigam o público.

Se antes minha preocupação estava em entender os modos como os atores sociais se utilizam de elementos do universo cinematográfico para confeccionarem suas *fachadas* (GOFFMAN, 1999) em suas apresentações em redes digitais e em muitas situações de seus cotidianos, cada vez mais fui levado a analisar os modos como os acontecimentos que envolvem o cinema reverberam na constituição do debate público, da vida política. A questão que nos chamou atenção foi: como um acontecimento que se passa em alguma parte é transformado num problema público ou num problema político?

A repercussão de um filme não se reflete apenas nos números de sua arrecadação nas bilheterias mundo agora, mas na transposição de suas ideias para o cotidiano dos espectadores; na forma como cenas e/ou comportamentos das obras cinematográficas são reapropriados como símbolos que dão significados às práticas dos atores sociais em suas vidas cotidianas. Um excelente exemplo é o uso da personagem principal do filme *Coringa* do diretor Todd Phillips como símbolo de mudanças sociais em diversos protestos pelo mundo no ano de 2019.

Figura 8 – Libanesa se caracteriza como Coringa durante protesto em Beirute



Fonte: rede social Pinterest

Figura 9 – Manifestante fantasiado de Coringa no Chile



Fonte: rede social Pinterest

O filósofo e psicólogo norte-americano William James (1842 – 1910), em sua obra *The Principles of Psychology*, apresenta uma realidade da vida cotidiana perpassada por diversas outras formas, atravessado por outros mundos que darão significado ao mundo prático dos atores sociais. É possível compartilharmos e vivermos as muitas realidades que se sobrepõem à vida cotidiana, como acessar o mundo da fantasia ou o mundo da ciência (JAMES, 1952).

Ao final de uma sessão de cinema num *shopping* ou um ritual de batismo numa igreja católica, imediatamente somos transportados de volta à vida cotidiana que interagimos com os demais indivíduos de nossos grupos sociais, e assim percebemos que as nossas experiências cotidianas compartilhadas são inteiramente reais. Mas como um conhecido vilão do universo dos quadrinhos pode estar sendo mobilizados por grupos que reivindicam melhores condições econômicas e sociais em suas vidas cotidianas?

Em *Fenomenologia e Relações Sociais* (1979), uma coletânea de textos selecionados do sociólogo Alfred Schutz (1899 – 1959), nos é apresentada uma série de implicações na vida prática dos indivíduos a partir da composição desses muitos mundos descritos pelo William James. Schutz operacionaliza esses conceitos de mundos como províncias de significado que os indivíduos têm acesso para orientar suas experiências cotidianas. Em cada um desses mundos, temos a configuração de um estilo cognitivo diverso de outro. Um mesmo objeto pode apresentar significado totalmente diferente a partir do mundo em que o indivíduo está a acessar cognitivamente este objeto. Dessa forma, Alfred Schütz (1979) caracteriza cada uma dessas províncias por uma forma específica de modos de socialização entre os indivíduos e com os componentes não-humanos nessas interações.

O filme *Coringa* compõe esta personagem com outras tonalidades ainda não experimentadas pelos leitores das histórias em quadrinhos. Soma-se a sua instabilidade emocional e personalidade psicótica, uma série de negligências do poder estatal, figurativamente representado pelo governo da cidade de Gotham, que deflagram no comportamento agressivo da personagem. Através de um processo de *tipificação* (SCHUTZ 1979), os indivíduos identificam e interpretam os objetos e comportamentos que lhes estão disponíveis nas muitas situações do mundo da vida. A partir dessas novas camadas inseridas pelo filme do diretor *Todd Phillips*, os indivíduos trazem para suas vidas práticas o significado que lhes convém a ser utilizado nas muitas situações que se envolvem em seus cotidianos.

Isso implica em dizer que um mesmo produto cultural, neste caso um filme norte-americano de super-heróis, apresenta diferentes significados e *formas de uso* pelo seu público consumidor. O historiador francês Michel de Certeau (1925 – 1986), em seu livro *A Invenção do Cotidiano*, tece preciosos comentários a respeito das muitas *táticas* desenvolvidas pelos atores sociais em desvantagem numa assimetria de poder para combater uma ordem superior. Os cidadãos chilenos ou libaneses vão incorporar a suas práticas de luta muitos símbolos que são compartilhados por muito indivíduos e, no caso

da personagem Coringa, com um alcance mundial, para orientar os participantes desses movimentos reivindicatórios e alcançar uma visibilidade na mídia através do grande poder imagético do filme em questão.

Assim sendo, o mundo da vida para Alfred Schutz (1979) significa o conjunto de tudo aquilo que se dá como os objetos e os acontecimentos que ocorrem no interior do mundo de suas práticas cotidianas. No interior dessa composição que é a cultura e as instituições, ou seja, o cenário social, essas relações se dão enquanto experiências de uma realidade suprema, que é nossa vida cotidiana, abarcando todas essas outras províncias de significados de outros mundos que orientam nossas práticas e, ocasionalmente, gerando conflitos entre os indivíduos em determinadas situações.

É possível pensarmos, então, o cinema como um *acontecimento* que reverbera de diferentes formas entre os indivíduos constituintes de seus públicos. Ao mesmo tempo que o *Coringa* é usado como símbolo de protesto por indivíduos vitimados por governos negligentes com sua população menos favorecida, também é motivo de entusiasmo para adolescentes hipnotizados pelos rompantes de violência da personagem enquanto comem a caríssima pipoca comercializada pelos complexos de salas de exibição de cinema dos *shopping centers*.

E há duas implicações na reverberação de um acontecimento que este exemplo do filme *Coringa* torna-se muito oportuno para a demonstração. Tenho falado, até então, sobre como os indivíduos foram afetados pelo advento deste filme num escala mundial. Mas para que esta afetação ocorresse em tamanha grandeza, faz-se necessário entendermos que um acontecimento adquire cada vez mais poder de contaminação a partir das muitas conotações que os indivíduos afetados vão dando a um acontecimento em suas vidas cotidianas. Como nos indica *John Dewey* (2010), a experiência tida como um processo contínuo que provém da ação e reação entre os organismos e o meio. Portanto, um acontecimento não tem um fim em si mesmo e ele só se faz possível a partir das experiências dos indivíduos com o mesmo.

Antes de dar prosseguimento na análise da ressonância de um acontecimento na vida cotidiana dos indivíduos, é preciso explicitar melhor sobre qual tipo de acontecimento estou a trabalhar nesta pesquisa, dada as possíveis conotações que a palavra desprende e uso do termo em correntes teóricas e áreas diferentes. Para esta tese fora estabelecido uma abordagem pragmatista dos acontecimentos proposta pelo sociólogo francês Louis Quéré (2005), onde a atenção é dada precisamente para a maneira como os acontecimentos se transformam em problemas públicos.

Para Quéré (2005), “os acontecimentos são vistos como ocorrências no mundo material que promovem a afetação dos nossos sentidos”. Pois existe, sim, a materialidade de um fato ocorrido gerando uma grande repercussão e interesse de um número considerável de indivíduos para tomar a grandeza de um acontecimento público. Um filme tailandês que um fórum de cinéfilos disponibiliza para *download* não se caracteriza como um acontecimento; mas se pensarmos na estreia mundial de *Vingadores: Ultimato* (2019) dos Irmãos Russo temos um evento de tamanha proporção mobilizando um público apaixonado e gerando conflito quanto aos espaços destinados às produções nacionais de muitos países. Um acontecimento sempre quebrará a rotina do cotidiano, ele provoca uma descontinuidade na experiência habitual dos indivíduos.

Quando se produzem, não estão conectados aos que os procederam nem aos elementos do contexto: são descontínuos relativamente a uns e a outros e excedem as possibilidades previamente calculadas; rompem a seriação [...] do correr das coisas (QUÉRÉ 2005, p. 63).

Os indivíduos se posicionam perante aquilo que os afetam, produzindo e compartilhando sentidos, elegendo comportamentos mais apropriados na posição assumida e deliberando suas ações. Os indivíduos buscam intervir sobre um acontecimento que lhes afetam, há discordância e, muitas das vezes, a mesma é publicizada. Sejam nos encontros dos corredores de uma universidade em que se é possível comentar sobre determinado acontecimento que esteja a mobilizar toda a mídia; e, cada vez mais comum, os indivíduos explicitarem suas opiniões sobre determinado acontecimento em seus perfis de redes digitais.

O que não foi feito por minha parte, na época em que recebi a mensagem de uma amiga a respeito do protesto do elenco do filme *Aquarius* durante o Festival de Cannes, foi uma pesquisa com possíveis interlocutores para perceber de que forma aquele acontecimento estaria afetando suas vidas e que interpretação estavam a emitir do ocorrido. Mas seguindo uma orientação do sociólogo francês Bruno Latour (2012), os atores sociais deixam *marcas* pelas redes sociotécnicas e passíveis de serem rastreadas. Assim sendo, era preciso identificar se haveria repercussão deste evento nas opiniões que os indivíduos teceriam a respeito deste filme dirigido pelo Kleber Mendonça Filho. A solução encontrada fora vasculhar os comentários adicionados por internautas numa rede social específica para cinéfilos.

O Filmow é uma rede social brasileira colaborativa com foco em filmes e séries e tem como principal objetivo que o usuário catalogue os filmes a que assistiu e converse

sobre cinema. Além disso, o site também tem as funções básicas de uma rede social onde é possível conhecer novas pessoas e fazer novos amigos. Foi fundado por Alison Patrício e Thaís de Lima, e seu lançamento foi no dia 1 de abril de 2009. A escolha por esta rede social foi devido ao grande número de perfis cadastrados e a que apresenta uma maior mobilização de seus membros em comentar suas opiniões nas páginas dos filmes.

Figura 10 – Perfil do filme Aquarius no Filmow



Aquarius 2016
Aquarius
 Dirigido por: Kleber Mendonça Filho

MÉDIA GERAL **4.2**
 baseado em 16874 votos

Sua avaliação: ★★★★★

Já Vi Quero Ver Indicar

Assista Agora

Perfil Ficha técnica Comentários Notícias Assista Agora

16 142 minutos

Clara, 65 anos de idade, é uma escritora e crítica de música aposentada. Ela é viúva, mãe de três filhos adultos, e moradora de um... Mais ▾

Estreia Brasil:
 1 de Setembro de 2016
 Outras datas ▾

Elenco de Aquarius

- Humberto Carrão *Diego*
- Maeve Jinkings *Ana Paula*
- Sônia Braga *Clara*
- Allan Souza Lima *Paulo*
- Andrea Rosa *Juvenita*

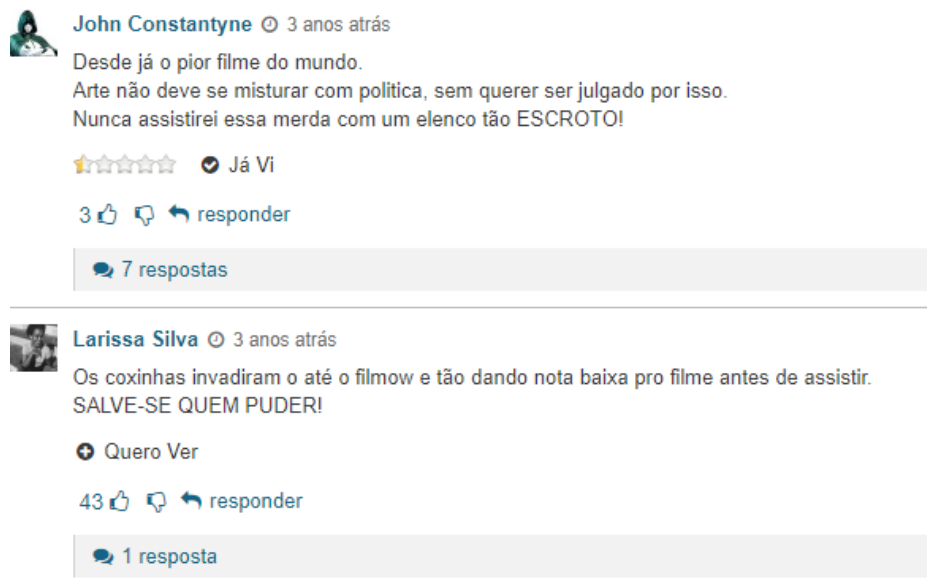
Mais ▾

Denunciar algo errado

Fonte: rede social Filmow

Nas páginas de cada um dos filmes, é possível encontrar qualquer tipo de informação técnica a respeito da obra, como data de estreia, elenco e a média de todas as notas que foram dadas pelos usuários do site. Cada membro é permitido avaliar um filme dentro de uma escala que varia de 0 a 5 estrelas. Devido a um número muito elevado de avaliações e comentários no filme *Aquarius*, optei em localizar minha pesquisa no mesmo período em que ocorrera a manifestação da equipe no Festival de Cannes. A própria quantidade de opiniões sobre este filme no site já é um indicativo do poder de contágio ocasionado pelo acontecimento.




Figura 11 – Comentários do filme Aquarius




John Constantyne 3 anos atrás

Desde já o pior filme do mundo.
Arte não deve se misturar com política, sem querer ser julgado por isso.
Nunca assistirei essa merda com um elenco tão ESCROTO!


★☆☆☆☆ Já Vi




3    responder


 7 respostas

Larissa Silva 3 anos atrás

Os coxinhas invadiram o até o filmow e tão dando nota baixa pro filme antes de assistir.
SALVE-SE QUEM PUDE!

 Quero Ver


43    responder

 1 resposta

Fonte: rede social Filmow

Os primeiros comentários no perfil do filme *Aquarius* já demonstram uma reação direta ao acontecimento. O filme já possui avaliações antes mesmo de sua estreia nos cinemas brasileiros. Ele está sendo julgado em um dos comentários de forma negativa devido ao comportamento dos integrantes do filme e não por uma apreciação situada num registro estético. É importante observar que cada caixa de texto destinada a você emitir uma opinião a respeito de um filme, também é possível a interação com outros usuários: podem concordar ou não com sua opinião clicando nos ícones de *like* ou *dislike*. Assim como é possível um usuário complementar ou discordar com uma mensagem escrita na opinião de outro usuário. A quantidade de *like* na opinião que denuncia outro usuário que assume não ter visto um filme e está a avaliar de forma negativa um filme pela orientação política de seu elenco, mostra a conformidade na posição da maioria dos meus interlocutores em pesquisas com cinema desde a graduação: não se qualifica um filme sem nem ao menos o ter visto.


Figura 12 – Comentários do filme Aquarius

 **Filipe França** 3 anos atrás

Nível de maturidade: correr no filmow dar nota baixa pra um filme que nem viu só porque tá com raivinha dos realizadores que tem uma visão política diferente da sua.

👍 Já Vi ❤️

95 👍 🗨️ responder

 **Júlio Almeida Prado** 3 anos atrás

Quando a gente acha que os coxinhas não podem piorar, eles nos surpreender com mais essa, mas normal, não poderíamos esperar menos de quem acha que cultura não vale a pena não é mesmo?


★★★★★ 👍 Já Vi

42 👍 🗨️ responder

Fonte: rede social Pinterest

Com o passar dos dias, o debate vai tomando uma outra consistência, uma maior clareza com que os usuários passam a opinar sobre o acontecimento. Ele passa então a ser interpretado em forma de uma intriga, de modo a orientar os públicos que vão se desenhando a partir dessa oposição de posicionamentos, permitindo que os usuários desta rede social consigam reorganizar suas experiências afetadas pelo acontecimento.

Figura 13 – Comentário do filme Aquarius

 **Patrick Ribeiro** 3 anos atrás

Embora eu não apoiasse o governo PT (e apoio muito menos o atual), fico admirado com a galerinha "nacionalista" dando nota baixa pro filme sem sequer ter assistido, ou ter visto obras do mesmo diretor. Sério mesmo, vocês deveriam ler mais sobre leis de incentivo à Cultura antes de falar besteira. Sabem porra nenhuma sobre cinema e vomitam discursos reproduzidos pela rede. Outra coisa: assistam ao excelente "Som ao Redor" e saberão do que o diretor é capaz.

28 👍 🗨️ responder

Fonte: rede social Pinterest

O indivíduo faz uso de suas experiências passadas para *investigar* (DEWEY 2010) o acontecimento através de uma relação de causa e efeito que não dá conta do acontecimento, já que ele envolve uma relação temporal diferente, que traz para si uma simultaneidade de tempos para a produção de sentido. Essa questão é de suma importância nos estudos que envolvem a recepção de uma obra cinematográfica: não é

possível localizar o início de uma experiência do espectador com um botão *play* do dispositivo de exibição que ele esteja a usar ou com o apagar das luzes numa sala de cinema. Os recordes batidos com o lançamento mundial de *Vingadores: Ultimato* pode demonstrar a materialidade deste acontecimento, mas a experiência do espectador já se iniciara com a expectativa das imagens disponibilizadas em *trailers*, o rosto dos atores que nos remetem a outras obras e o valor que damos a elas e mais uma infinidade de referências contidas nos filmes que afetam seus espectadores. Da mesma forma, uma experiência cinematográfica não cessa com o aparecimento dos créditos finais do filme. Possuímos sempre uma opinião situada em determinada ocasião a respeito de determinada obra cinematográfica; esta opinião será constantemente modificada pela ação de outros acontecimentos ou eventos que nos irão nos afetar ao longo da vida.

Figura 14 – Comentário do filme Aquarius



Dennys Ferrate 3 anos atrás

Não se trata de boicote aos filmes Brasileiros, mas aos que usurpam do dinheiro das estatais e povo pobre e desgraçado. Trabalhar com próprio dinheiro é mais difícil né? Bem-vindo a realidade Brasileira fdp. Todos temos talentos, mas vivemos do próprio suor.

Kleber Mendonça Filho está hospedado em um dos melhores hotéis de Paris tomando champanhe de \$800 e Sônia Braga com vestido de 40mil. Fica fácil com R\$10.000.000 do governo, nem com bilheteria eles precisam se preocupar.

Crie projetos construtivos e quaisquer empresa privada há de patrocinar, não só irá melhorar o conteúdo como a cultura.

Do meu dinheiro não mais, e a crítica é livre.

★★★★★ Já Vi


9 responder

Fonte: rede social Filmow


Neste período de 2016, o termo *fake news* ainda não havia sido popularizado para dar conta do investimento inverídico dos atores sociais ao tomarem posição em determinada situação de conflito. Essas notícias falsas possuem uma alta capacidade de captura de indivíduos devido às reações emotivas que elas podem desencadear. Serão facilmente compartilhadas, seja pelo amor que elas suscitam em seus defensores ou pela insatisfação de seus opositores. É importante chamar a atenção para o fato de que exposição de opiniões dos usuários do site Filmow produz o acontecimento da



manifestação do elenco de *Aquarius* em Cannes como um objeto; eles são readaptados para satisfazer às exigências da experiência dos indivíduos. Os acontecimentos são transformados em objetos, em coisas com significado” (DEWEY, 2010).


Figura 15 – Comentário do filme Aquarius


 **Renan Silva** 3 anos atrás

Engraçado, não vi nenhum destes mortadelas com placas levantadas em frente a Petrobrás quando estava sendo assaltada, não vi nenhum cineasta falando sobre a Zika, microcefalia e a falta de leitos em hospitais, não vi nenhum destes falando sobre a destruição econômica causada por petistas, não vi nenhum deles explicando que mentiram ao povo para vencer uma eleição...mas uma coisa eu vejo, estes mortadelas do cinema NÃO SÃO BRASILEIROS.



 Quero Ver

9   responder

 4 respostas

 **Lucas** 3 anos atrás




Sério que tem gente avaliando o filme sem ver, movido somente por burrice e ignorância? Caraca velho.. Olha só aonde a polarização política nos trouxe, agora temos os críticos que criticam sem ver. Na boa, cresçam. Se vocês acreditam que cinema não se mistura com política, sugiro que deem uma olhada na filmografia de cineastas como Godard, Costa Gravas, Rossellini, Eisenstein...E deixem de ser tão baixo em nível e caráter. Me admira que uma rede social feita pra proliferar a arte e a cultura, seja tão infestada de acéfalos irracionais e pessoas envoltas em bolhas de estupidez. O filme não precisa desse tipo de publico, o cinema não necessita desse tipo de gente.




  Já Vi



Fonte: rede social Filmow

O que é possível perceber a cada leitura dos comentários é a capacidade reflexiva da experiência com o cinema com que cada indivíduo investiga o acontecimento como ao mesmo tempo revela informações de si. Os usuários desta rede social de filmes não param de elaborar procedimentos para pôr o seu gosto à prova e para determinar a que ele responde, apoiando-se tanto nas propriedades do filme que, longe de serem dadas, devem ser desenvolvidas para serem percebidas, quanto nas competências e nas sensibilidades a serem formadas para perceber essas propriedades (HENNION 2010).

Figura 16 – Comentário do filme Aquarius

 **Carolina "カロリナ"** 3 anos atrás
 legal é uma pessoa que mora a mil anos nos eua, falar que no Brasil esta tendo golpe
 ★★★★★
 11   responder

 **Carolina "カロリナ"** 3 anos atrás
 vem morar nesse pais sucateado pelo pt, que vc ganha mais
 ★★★★★
 8   responder

 **Margaux** 3 anos atrás
 kkk Sônia Braga poderia estrelar o próximo filme Os Mercenários. Militar brasileira aposentada pede ajuda de Sly e Cia pra evitar um terrível golpe no Brasil e salvar a vida da doce e inocente Dilma Rouseff e seu honestíssimo fiel escudeiro Lula 9 Dedos. Participações especiais de Zé de Abreu, como Homem Cuspe e Leticia Sabatella que decide ir a pé até o Vaticano pedir ajuda ao Papa ,erra o caminho e acaba no quintal do presidente da Venezuela .kkk
 ★★★★★  Já Vi

Fonte: rede social Filmow

Segundo Louis Quéré (2005), os acontecimentos levam uma segunda vida – as conversas entre os indivíduos, as informações veiculadas pela mídia, da busca dos sujeitos por uma determinação sobre o ocorrido – na qual seus significados não estão definidos. O acontecimento está em constante processo de transição, de evolução, de resignificação. E outros acontecimentos e eventos vão sendo incorporados na investigação dos indivíduos e publicizados para que afetem e capturem outros adeptos de sua visão. Os comentários na Figura 11 correspondem a um momento em que fora questionado o fato da atriz Sônia Braga emitir uma opinião sobre a crise política brasileira e não residir em seu país de origem.

A apresentação de algumas das opiniões dos usuários da rede social Filmow demonstram o poder da repercussão de um acontecimento no universo cinematográfico. Quéré (2005) indica que para um acontecimento ser considerado público, seu processo deverá ser perpassado por três características centrais: os quadros partilhados da experiência, a visibilidade do acontecimento e o problema público que ele representa. Fora possível percebermos o como os usuários desta rede social estavam envolvidos com o acontecimento; podemos observar o alcance da repercussão do acontecimento em

diversos meios de comunicação; e, por fim, fora possível visualizar uma série de controvérsias a respeito do processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff apresentados como um problema público.

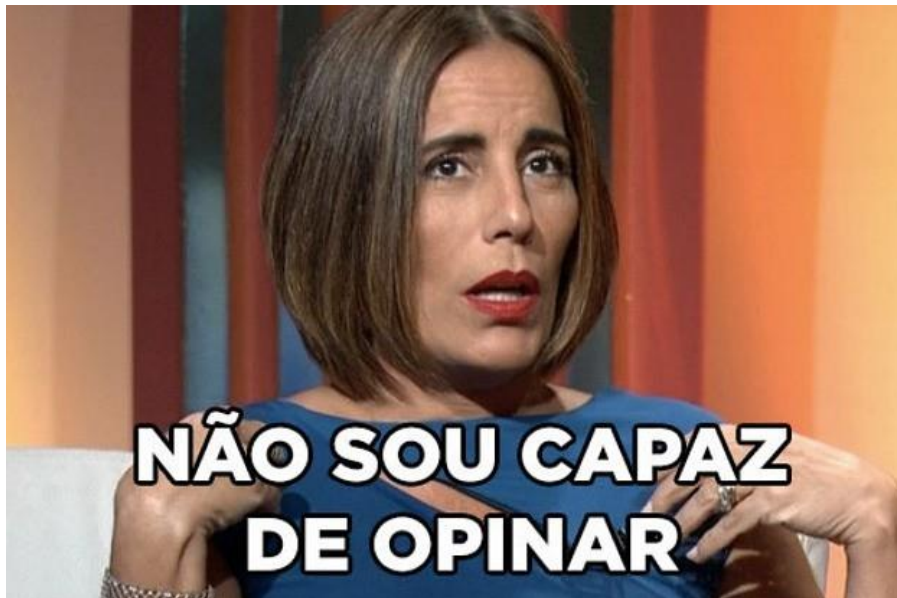
Capítulo III

LEVANDO O ESPECTADOR A SÉRIO

“No que você está pensando, Heitor?”

Facebook

Figura 17 – Meme da atriz Glória Pires



Fonte: rede social Pinterest

A transmissão da entrega do Oscar no ano de 2016, veiculada pela Rede Globo, contou com uma participação inusitada no time de seus comentaristas: a atriz Glória Pires. Para quem esperava opiniões curiosas sobre os premiados na festa do cinema, o resultado foi mais engraçado que a encomenda. A atriz fez observações curtas – às vezes, curtíssimas – sobre os filmes e mostrou-se muito sincera ao dizer “não sou capaz de opinar” a respeito da qualidade de alguns indicados que ela confessou não ter assistido a tempo para a premiação¹. Rapidamente, as redes sociais foram invadidas de mensagens reproduzindo as respostas da atriz de forma jocosa e outros criticando a participação de uma comentarista que não havia feito sua tarefa de analisar os filmes indicados.

3.1 Primeiro Ato

O vertiginoso avanço tecnológico dos dispositivos móveis, como os *smartphones*, tem influenciado diretamente na rotina social dos indivíduos na contemporaneidade. Os aparelhos celulares tem levado as pessoas a utilizarem a internet cada vez com maior frequência e tornando possível, nesta mediação, que os indivíduos criem e mantenham suas relações interpessoais e construam novas formas de se comunicarem e se relacionarem no mundo virtual. A cada dia, novos aplicativos e redes sociais são apresentados e disponibilizados para o uso dos indivíduos e mais uma gama de possibilidades de interação e participação em comunidades de temáticas diversas se abrem no horizonte do homem contemporâneo.

A praticidade de ter um aparelho celular ou um *notebook* ao alcance de sua mão, enquanto está envolvido em alguma outra atividade que necessite de sua atenção no momento, implicou no poder dado ao homem de publicizar o agir e a reação de uma experiência quase concomitantemente em suas redes sociais e compartilhá-la com outros usuários conectados em rede. E nos dispositivos móveis, cada vez mais sofisticados, câmeras viabilizam que imagens sejam registradas de algum momento de sua dia a dia e sejam compartilhadas em seus perfis digitais.

Durante a cerimônia de entrega do Oscar 2016, a atriz Glória Pires fora uma das comentaristas na cobertura veiculada pela Rede Globo. As respostas curtas e espirituosas com que a atriz opinava ou não a respeito dos filmes, rapidamente inundou as *timelines* das maiores redes digitais do país na época. Até mesmo fora notado um crescimento no ibope desta transmissão a partir do momento em que essas mensagens e *memes* começaram a ser compartilhadas com muita intensidade² Um dos momentos muito oportunos para se entender a interface entre as mídias tradicionais, como as emissoras de televisão, e as mídias digitais.

Mas o que vem a ser um *meme*? O biólogo britânico Richard Dawkins, em sua obra *O Gene Egoísta*, define o meme como uma menor unidade de transmissão cultural e de difusão da informação, fundamentado na imitação, que é a forma básica de aprendizado social geradora de padrões de comportamento (Recuero, 2006). Portanto, os memes são

todo o conhecimento adquirido por réplica, tudo aquilo observado e imitado é considerado meme, como os hábitos, os valores, os padrões estéticos e qualquer produto cultural difundido. Uma vez copiado, o meme ajuda na implantação de crenças e valores, ganhando mais força a cada novo hospedeiro e garantindo sua autenticidade por meio da familiaridade (MORAES, MENDES E LUCARELLI, 2011, p. 5-6).

Nas mídias digitais, por sua vez, os memes adquiriram novas conotações, entendidos como “ideias, brincadeiras, jogos, piadas ou comportamentos que se espalham através de sua replicação de forma viral” (Fontanella, 2009, p. 8). Dentre muitas categorias em que os memes podem ser encontrados, notadamente, nos últimos tempos, a proliferação de memes oriundos de imagens da arte cinematográfica adquiriu consistência e caiu no gosto dos usuários das redes digitais.

Os memes normalmente são de natureza cômica, como no caso dos memes compartilhados com frases da Glória Pires. Os memes geralmente são criados para atender a uma comunidade específica, sejam ambientes de jogos, grupo políticos, dentre outros; e podem ser rapidamente propagados através de redes sociais, fóruns de discussão, emails e outros websites. As ferramentas disponíveis nas redes sociais que permitem usuários visualizarem e comentarem postagens outras pessoas que esteja conectada à rede, faz com que os memes sejam propagados de forma cada vez mais rápida e fecunda pelas redes sociais.

Figura 18 – Meme do filme Parasita



Fonte: rede social Pinterest

Na figura acima, é possível analisarmos uma colagem de imagens oriundas de ambientes diversos, mas que juntas provocam uma forte crítica social dados os sentidos das imagens em seus contextos de origem. Temos uma personagem do filme *Parasita* (2019) do diretor Bong Joon Ho, que no contexto original da cena, estava a ouvir sua patroa comentar ao celular sobre a bênção que fora a chuva da noite anterior, sendo que seu motorista havia perdido seus bens com a inundação de sua casa. Substituído no banco de trás, temos o economista Paulo Guedes, atual ministro da Economia do Brasil do governo do presidente Jair Bolsonaro. Em fevereiro de 2020, o ministro paulo Guedes, em uma coletiva de imprensa, disse que a alta do dólar não seria de todo o mal; com o dólar baixo, empregadas domésticas estavam indo à Disney.

Figura 19 – Postagem sobre o filme Parasita



Fonte: rede social Facebook

A mesma cena do filme *Parasita* (2019) fora amplamente compartilhada nas redes sociais em janeiro de 2020, devido às fortes chuvas que castigaram a cidade de Belo Horizonte no estado de Minas Gerais. As notícias que eram veiculadas nas redes sociais afirmavam que o governo estaria priorizando os reparos e a limpeza das ruas nos bairros de moradores com um maior poder aquisitivo.

Figura 20 – Meme do filme Parasita



Fonte: rede social Facebook

Neste último exemplo de memes oriundos do filme *Parasita*, vemos o empresário Roberto Justus ao telefone preocupado com a economia do país em meio à pandemia do coronavírus e minimizando os efeitos da taxa de letalidade na população. E especificando o seu descaso pela geração que seria mais afetada pela pandemia.

Em seu livro *Des valeurs. Une approche sociologique*, a socióloga francesa Nathalie Heinich (2017) aponta essa característica peculiar de nossa contemporaneidade: "a intensificação espetacular das possibilidades técnicas de disseminação das opiniões, via Internet e redes sociais"³. Você acrescenta: "onde a opinião pessoal era limitada à esfera privada ou reservada e a de ordem pública àqueles que tinham acesso à imprensa, a opinião agora pode ser amplamente conhecida por iniciativa exclusiva do seu emissor, sem mediação das mídias tradicionais. Os avanços técnicos que permitem essa difusão de opiniões no espaço público, também geram motivos impositores para se posicionar frente a essas opiniões.

Para tentar compreender essa profusão de opiniões nas redes sociais, será necessário deixarmos o campo da personalidade pelo da socialização na operacionalização do conceito de opinião. O objeto de estudo não é mais, em última instância, a opinião particular, mas sim a opinião partilhada. "Esta cessa de ser uma especulação filosófica e transfere-se para as ciências sociais, do mesmo modo que abandona a individualidade pelo coletivo por um processo ao mesmo tempo epistemológico e social, em que a quantificação adquire um papel decisivo" (TARDE, 1992:21).

As opiniões estão constantemente sofrendo a influência das leis da imitação; ora

difundidas, ora negadas. Quanto mais compartilhada, quanto mais difundida, a opinião se consolida com uma *opinião pública*. Concomitante a este processo, observa-se um fenômeno intersíquico entre os atores sociais que estão a propagar tal opinião: há uma conexão sendo estabelecida entre esses homens que começa a inspirar um modelo de conduta a ser seguido pelos mesmos. Estão sendo contagiados pelas leis da imitação.

O que é a imitação, essa modalidade de repetição especificamente social? Para Tarde, a imitação é uma ação à distância de um cérebro sobre outro. Ela pode ser consciente ou inconsciente, voluntária ou involuntária, vaga ou precisa, unilateral ou recíproca, mas não pode deixar de ser produzida à distância, pois assim perderia sua especificidade.

Deve-se indagar, entretanto, por que somente algumas opiniões se propagam, são imitadas, enquanto outras, as mais numerosas, caem no esquecimento. A esse respeito Tarde acredita que a imitação está submetida a uma motivação lógica, que age quando a opinião é escolhida e levada à propagação por seu caráter intrínseco, isto é, por ser considerada mais adequada e útil do que as outras com relação às questões levantadas por seu tempo ou aos fins e princípios nele estabelecidos por via da imitação (TARDE, 1890).

As imitações, no entanto, também estão sujeitas as motivações extralógicas, isto é, a modalidades de influência que extrapolam as considerações baseadas apenas no caráter intrínseco da inovação imitada. Grosso modo, essas influências são duas: a primeira enuncia que a imitação vai *ab interioribus ad exteriora*, ou seja, embora tenham valores lógicos ou teleológicos hipoteticamente iguais, os modelos interiores são imitados antes dos exteriores: a imitação das ideias precede a imitação de sua expressão, bem como a dos fins precede a dos meios; em outros termos, a crença transmite sua fé antes de transmitir seu dogma e o desejo sua volição antes de seu desígnio (VARGAS, 1995). Por sua vez, a segunda influência provém do princípio da queda d'água. Embora os modelos tenham valores lógicos hipoteticamente iguais, a imitação desce do superior para o inferior. Toda imitação é unilateral e só depois se torna recíproca ou se mutualiza. A essas influências extralógicas cabe acrescentar a alternância entre a imitação-moda e a imitação-costume, ou seja, o fato de que, em diferentes épocas ou sociedades, as imitações oscilam entre a preponderância dos modelos provenientes das tradições autóctones e a predominância dos modelos atuais, porém advindos do estrangeiro. A essas associam-se o predomínio dos processos repetitivos ou institucionalizantes, no primeiro caso, e dos processos inovadores ou de transformação, no segundo (VARGAS,

1995).

Nenhum outro dispositivo do mundo cotidiano dos indivíduos possui características tão convidativas para elucidarmos as leis da imitação do Gabriel Tarde quando a rede social Facebook. Tomemos o exemplo do meme abaixo:

Figura 21 – Comentário sobre Glória Pires



Fonte: rede social Facebook

Caso você tenha acabado de entrar no perfil de seu Facebook e tenha se deparado com esta postagem. Importante ressaltar que qualquer postagem numa rede social, em última instância, não passa de uma opinião do usuário emissor. Levando em consideração o caráter *deliberativo* da experiência em John Dewey, digamos que você tem uma série de possibilidades de uso nesta situação. Você pode não ter sido tocado pela publicação e descer a sua *timeline* e flunar por outras postagens. Mas digamos que você fora capturado por este meme:

a) *Imitar*. Você achou engraçada, ou interessante, ou crítica, ou inteligente, a forma com que entrelaçaram dois eventos distintos para gerar uma imagem jocosa de um integrante ideal de uma banca de trabalho de conclusão de curso: o que prefere não

opinar. Mas diferente da Glória Pires, você tem opinião sobre a opinião de outro e quer expressar isso. Uma primeira opção é a *curtida*, que você insere mais poder para que esta postagem alcance outros usuários; já que quanto mais *curtidas* uma postagem alcança, mais vista ela será com prioridade nas *timelines* de outros usuários. Ainda dentro da lei da imitação, é possível que você clique no ícone de *compartilhar*. Esta opção sendo a *imitação* em Gabriel Tarde por excelência, você possibilita que também os seus amigos conectados em seu perfil visualizem esta postagem.

b) *Negar*. A primeira vista, negar uma opinião deveria ser indiferente a ela para que seu poder de propagação diminua. Mas Tarde é perspicaz em observar que até mesmo a negação de uma ideia, de uma opinião, acaba impulsionando-a para o processo de imitação. Em uma conversa num bar, por exemplo, quando não concordamos com algo, acabamos falando, apresentando nossos argumentos e o problema sendo equacionado ou não. No Facebook, você pode *curtir* a postagem de forma a negá-la. Há uma série de *reações* que irão significar, de diferentes formas, a sua *curtida*. Você negando a postagem com uma reação de raiva ou comentando através da caixa de diálogo que aparece abaixo da postagem, ainda assim, estará alimentando o poder de irradiação da opinião.

Figura 22 – Reações na postagem do Facebook



Fonte: rede social Facebook

c) *Inventar*. A última opção dentro da lei da imitação do Tarde consiste em criar uma nova forma, adaptar uma outra ideia. E o Facebook é certeiro para entendê-la. Gabriel Tarde nos diz que não há nenhuma invenção que parta do zero: toda invenção apresenta-se como uma adaptação. Então caso você queira compartilhar o meme em sua *timeline* e adicionar uma legenda à imagem, você estará inventando algo a mais a partir da opinião

de outra pessoa. Você também tem a opção de usar a *invenção* comentando na postagem e adicionando novas informações e conotações ao meme em questão.

Embora seja o ato social elementar, a imitação imita outra coisa que não ela própria. Deve-se saber, portanto, quais as substâncias e as forças sociais de que esses atos são feitos. Esta é uma passagem da sociologia tardeana que será muito importante para a interpretação dos dados empíricos da pesquisa. Pois como estou a pesquisar também uma dimensão subjetiva do gosto cinematográfico, aqui poderemos entender as paixões humanas que desencadeiam adesões ou não a diferentes estéticas cinematográficas. Gabriel Tarde define a vida social como uma distribuição mutante de crenças e desejos.

O que são crenças e desejos? As crenças e desejos são, respectivamente, as forças plásticas e as forças funcionais que animam a vida social. Mais do que isso, crenças e desejos são verdadeiras “quantidades sociais”, o fundo de toda disposição social. Para Tarde, sob as múltiplas formas de que se revestem e sob os objetos heterogêneos que se atribuem, crenças e desejos são constantes e universais, uniformes e homogêneos, susceptíveis de crescer ou diminuir, mas não de variar qualitativamente, sendo, portanto, não só comunicáveis, transmissíveis de um ponto a outro da escala social, como também, em princípio, mensuráveis, quantificáveis. É isso o que tem de mais característico (VARGAS, 1995).

Nesta abordagem, Tarde assinala o grande equívoco da lógica clássica. Para ele, a lógica clássica se restringiu à consideração de termos absolutos (vale dizer, às situações em que se afirma ou se nega, se quer ou se recusa) e negligenciou a tarefa capital de considerar os graus de crença e de desejo, isto é, o problema de saber com qual grau de intensidade uma crença é afirmada ou negada, ou um desejo é querido ou recusado. Os graus podem variar da convicção ou da volição absoluta em uma crença ou desejo à convicção ou volição absoluta em uma crença ou um desejo inteiramente antagônicos aos primeiros, passando, necessariamente, por um momento de dúvida ou timidez absolutas, de um ponto a outro dessa escala contínua, sendo os graus intermediários de crenças e desejos praticamente infinitos (TARDE, 1895).

Para Tarde, a crença e o desejo são como uma corrente homogênea e contínua que, sob a coloração variável das tintas da afetividade própria a cada espírito, circula idêntica, ora dividida, dispersa, ora concentrada, e que, de uma pessoa a outra, assim como de uma percepção a outra em cada uma delas, comunica-se sem alteração

(TARDE, 1898). A crença e o desejo são quantidades que, servindo de ligação e suporte a qualidades, fazem estas participar de seu caráter quantitativo; são, em outros termos, identidades constantes que, longe de impedir a heterogeneidade das coisas imersas em seu seio, as valorizam, as penetram inteiramente sem, no entanto, constituí-las; elas as unem sem confundi-las e subsistem inalteráveis no meio delas apesar da intimidade estreita dessa união (TARDE, 1880).

Nesse sentido, a imitação marca a passagem ou a propagação de um fluxo ou onda de crença e de desejo; a oposição, por sua vez, marca a intervenção de um fluxo ou onda sobre outra sob o modo de um choque binário; enquanto a invenção marca a conjugação ou a conexão de múltiplos fluxos de crenças e de desejos. As imitações, oposições e invenções especificam cada um desses fluxos e, nesse sentido, elas os criam. Por outro lado, contudo, as crenças e desejos que as imitações propagam, as oposições binarizam e as invenções conectam, preexistem às suas propagações, binarizações e conexões como fluxos: elas tem sua fonte profunda abaixo do mundo social, no mundo vivo. É assim que as forças plásticas e as forças funcionais da vida, especificadas, empregadas pela geração, tem sua fonte abaixo do mundo vivo, no mundo físico, e que as forças moleculares e as forças motrizes deste, regidas pela ondulação, tem sua fonte, insondável a nossos físicos, no mundo hipofísico que alguns chamam de Nume, outros de Energia, outros de Desconhecido (TARDE, 1890).

Ao afirmar que a fonte das crenças e desejos encontra-se no mundo vivo, que a fonte das forças plásticas e funcionais da vida reside no mundo físico, e que a fonte das forças moleculares e motrizes está no mundo hipofísico, Tarde retoma a questão da independência relativa das séries causais regulares, de acordo com a qual uma ordem de determinismo, seja ele físico, biológico ou social, interfere em outra para torna-la acidente, isto é, atualizar suas potencialidades teoricamente infinitas (TARDE, 1899).

Portanto, compete à sociologia não o estudo das representações coletivas, geralmente macroscópicas e reificadas, mas a análise dos fluxos moleculares de crença e de desejo nas línguas, mitos, religiões e ciências, ou nas leis, costumes, indústrias e instituições. Enfim, à sociologia compete o estudo dos fluxos de crença e desejo no campo social. Em princípio, a cientificidade da sociologia está garantida pela mensurabilidade desses fluxos. Daí a importância que Tarde atribui à estatística, desde que ela não permaneça nas zonas horizontais ou estacionárias das representações, mas passe a se “ocupar das pontas ou das zonas verticais que indiciam as propagações e os

declínios dos fluxos de crença e de desejo” (TARDE, 1890:97).

3.2 Segundo Ato

“*Não suporto este cara*”, disse um entediado *Alvy Singer*¹ ao escutar um homem tecendo críticas ao diretor italiano *Federico Fellini* na fila de algum cinema da cidade de Nova York numa das cenas clássicas do filme *Annie Hall* do *Woody Allen*. O que nos parece num primeiro momento são dois mundos muito diversos se esbarrando em um espaço de sociabilidades característico de grandes centros urbanos.

Em seu livro *A Filosofia do Dinheiro*, Georg Simmel (2009) nos apresenta como se sucedeu o longo processo de substituição dos laços sociais permeados pela personalidade por novas formas de sociabilidade mediadas pelo dinheiro, resultando em uma monetarização da vida moderna. E em meio ao desenvolvimento espacial das grandes cidades, o dinheiro acaba por ocasionar certas contradições que lhe atribuem um duplo papel: ao mesmo tempo que afasta as pessoas por impor relações sociais estabelecida por um alto grau de impessoalidade, o dinheiro também une as pessoas. Ao se tornar meio de troca universal, o dinheiro permite uma aproximação entre diversas pessoas. Todos podem se comunicar pela linguagem universal do dinheiro. Por via do comércio – que com a modernidade é comércio global – o dinheiro aproxima pessoas que nunca estariam próximas de outro modo (MOCELLIM, 2007).

“*Que é que se faz quando se fica entalado na fila do cinema com um cara destes*”, continua *Alvy Singer* ainda incomodado com a *presença* do homem na fila. O dinheiro tende a concentrar-se progressivamente em determinados espaços da cidade, que também concentram pessoas e objetos – o dinheiro ordena o espaço urbano (WAIZBORT, 2000). Com maior liberdade para experienciar as oportunidades oferecidas pelas grandes cidades, o dinheiro possibilita ao cidadão transitar nos espaços de seu interesse. A personagem *Alvy Singer* e o outro “*homem da fila*” não estão ali ao acaso; estão a utilizar um mesmo tempo de seu cotidiano para o lazer e se encontram em um mesmo espaço propício para este fim: o cinema. “*O dinheiro tira as coisas e, em grande medida, os homens da inacessibilidade mútua, ele transporta as coisas e os homens de seu isolamento originário para a relação, comparabilidade e interação.*” (SIMMEL apud

¹ Personagem defendida pelo diretor e ator Woody Allen no filme *Annie Hall* do ano 1977.

WAIZBORT, 2000:217)

Essa liberdade que o dinheiro oferece aos indivíduos permite o aumento da diferenciação entre cada um deles e nos grupos e arranjos sociais por eles organizados, complexificando a relação e a vida na cidade. O conceito de diferenciação, desse modo, em Simmel, está ligado ao conceito de individualidade que, por sua vez, satisfaz a uma complexificação e desenvolvimento da subjetividade no espaço urbano onde se realiza (KOURY, 2014). E a partir desse processo de diferenciação entre os indivíduos, também vão se delineando diferentes *tipo sociais*, como a figura essencial desta pesquisa: o *cinéfilo*.

“*Está gritando suas opiniões nos meus ouvidos*”, segue nosso *Alvy Singer* mais irritadiço impossível em relação aos comentários do homem atrás dele. Esses dois homens estão numa mesma fila para consumir um tipo específico de produto: um filme. Mas não sabemos se estes irão entrar em uma mesma sessão para assistir a um mesmo filme; seguindo o incômodo de *Alvy* sobre o modo como o homem *qualifica* uma obra cinematográfica, talvez sejam filmes diferentes. Simmel (WAIZBORT, 2000) aponta que uma das características dos objetos na Modernidade está em sua *pluralidade de estilos*. Um mesmo complexo de cinema pode oferecer uma diversidade de títulos em cartaz para abranger a diferentes tipos de cinéfilos.

O vocábulo *opinião* está na centralidade das análises do sociólogo francês Gabriel Tarde sobre o modo como os atores sociais interagem uns com os outros neste processo de diferenciação da Modernidade. A opinião é um dispositivo utilizado por um grupo momentâneo e mais ou menos lógico de juízos, os quais, respondendo a problemas atualmente colocados, acham-se reproduzidos em numerosos exemplares em pessoas do mesmo país, da mesma época, da mesma sociedade (TARDE, 1992).

Então seguindo a lógica: *Alvy Singer* não compartilha da mesma *opinião* do outro homem na fila; logo, estes cinéfilos fazem parte de *públicos distintos*. Não necessariamente. Eis uma outra problematização que nos faz pertinente adicionar a esta discussão: a categoria *cinéfilo* enquadra uma infinidade de *papéis sociais*. Somos forçados a desempenhar diversos papéis, seja simultaneamente, seja em diferentes momentos, e essa multiplicidade de papéis é um dos pontos de tensão da individualidade moderna, pois se a diferenciação dos papéis está relacionada à diferenciação da própria sociedade, o indivíduo moderno parece estar especialmente sujeito a uma infinidade de papéis (SIMMEL apud WAIZBORT, 2000).

Os papéis sociais que desempenhamos em nosso cotidiano podem estar associados a determinados grupos concretos, como membros de uma religião ou de uma associação de moradores; ou podemos estar mobilizando nossa ação em referência a alguma categoria abstrata, como *mãe* ou *sociólogo* (MEAD, 1969). Talvez *Alvy Singer* e seu desafeto integrem um mesmo tipo de público cinematográfico, mas diferentes associações abstratas o mobilizem a *opiniões* tão diversas a ponto de um se irritar com a *forma* com que o outro qualifica um filme.

Se pudéssemos apertar um *flashback* nesta cena descrita do filme *Annie Hall* veríamos o que levou *Alvy Singer* declarar “*não suporto este cara*” a um outro cinéfilo na fila da bilheteria. Ele simplesmente ouviu o vocabulário utilizado pelo anônimo citadino ao mencionar o *motivo* de não ter gostado do último filme do *Fellini*: “*Vimos o filme do Fellini na terça. Não é dos melhores dele. Falta estrutura coesiva. Fica-se com a sensação de que não tem bem a certeza do que quer dizer. Sempre senti que era essencialmente um realizador técnico. Admito, La Strada é um grande filme. Grande no uso da imagética negativa. Ainda me dá alguma coisa. Tudo de Julieta dos Espíritos ou Satyricon. Achei incrivelmente indulgente. Mas é mesmo. É um dos realizadores mais indulgentes. É como o Samuel Beckett. Admiro a técnica, mas não me agarra ao nível visceral*”.

Segundo o sociólogo norte-americano Wright Mills (2016), a linguagem é tomada por outras pessoas como um indicador de futuras ações. Os motivos podem ser considerados como típicos vocabulários com funções verificáveis em situações sociais delimitadas. Para *qualificar* um filme como bom ou ruim, o cinéfilo deverá sempre recorrer a um *motivo*. Os motivos também são os termos com os quais procede à interpretação de *condutas* por parte dos atores sociais. O próprio *Alvy Singer* cria uma *expectativa* sobre quem seria o anônimo na fila só em ouvir os motivos de sua qualificação: “*universitário trintão deseja conhecer mulher interessada em Mozart, James Joyce e sodomia*”.

O vocabulário deste motivo proferido para qualificar a obra de *Fellini* se mostra demasiado acadêmico ou de uma crítica cinematográfica especializada. Segundo Wright Mills (2016), a variável é o vocabulário de motivos aceito, o final do discurso, do grupo dominante de cada homem, sobre cuja *opinião* ele atenta. A determinação de tais grupos, a sua localização e caráter, permitiriam a delimitação e o controle metodológico dos motivos designados para atos específicos.

O nosso anônimo na fila traça uma *estratégia* ao final da exibição do seu *motivo*: o uso de uma *autoridade* no assunto para legitimar a sua *qualificação*. “*É influência da*

televisão. O Marshall McLuhan² trata a questão em termos de alta intensidade. Está percebendo? Um medium quente...”, continuou o homem antes de comprar seu bilhete. De acordo com Michel de Certeau, as *estratégias* correspondem a um cálculo de relação de forças empreendido por um sujeito detentor de algum tipo de poder que, por esta via, “(...) postula um lugar capaz de ser circunscrito como um próprio e, portanto, capaz de servir de base a uma gestão de suas relações com uma exterioridade distinta” (CERTEAU, 1994:46).

“*Tem de ser tão alto? Não tem vergonha de se expor assim?*”, repreendeu Alvy Singer estabelecendo o *conflito* entre *estilos de vida* no espaço público. Simmel demonstra que as interações sociais podem prefigurar relações conflitivas, relações de interesse mútuo e relações de subordinação. O conflito, porém, é concebido por Simmel também como algo benéfico porque é um momento que sinaliza o desenvolvimento da tomada de consciência individual, que teria uma função positiva para sociedade como um todo, principalmente à medida que o conflito fosse superado, mediante *acordos* (CANCIAN, 2009).

As *táticas*, por sua vez, são apresentadas pelo autor como ações desviacionistas, que geram efeitos imprevisíveis. Em oposição às *estratégias* – que visam produzir, mapear e impor – as *táticas* originam diferentes maneiras de fazer. Resultam das astúcias dos consumidores e de suas capacidades inventivas, possibilitando aos atores escaparem às empresas de controle e tomarem parte no jogo em questão. Elas habitam o cotidiano da cultura ordinária, instância onde são desenvolvidas as práticas e as apropriações culturais dos considerados “não produtores” (PEREIRA, 2010).

Claro, no terreno da fantasia tudo é possível. A *tática* de nosso comediante Alvy Singer fora das mais inusitadas: ele puxa do canto da tela o próprio Marshall McLuhan em pessoa para desmentir todo motivo usado pelo anônimo da fila em seu nome. Mas no dia a dia os atores sociais utilizam-se de inúmeras *táticas* para assegurarem sutis vitórias dos fracos sobre os mais fortes.

“Sempre é bom recordar que não se devem tomar os outros por idiota. Nesta confiança posta na inteligência e na inventividade do mais fraco, na atenção extrema à sua mobilidade tática, no respeito dado ao fraco, sem eira nem beira, móvel por ser assim desarmado em face das estratégias do forte, dono do teatro de operações, se esboça uma concepção política do agir e das relações não igualitárias entre um poder qualquer e seus súditos” (CERTEAU, 1994:19).

² Herbert Marshall McLuhan (Edmonton, 21 de julho de 1911 - Toronto, 31 de dezembro de 1980) foi um destacado educador, intelectual, filósofo e teórico da comunicação canadense.

Mas nas práticas cotidianas, os cinéfilos se utilizam de muitas *táticas* para escaparem de um movimento de simetria ocasionado pelo dinheiro. Como sua linguagem é universal, ele tende a uniformizar as formas de consumo do homem nos espaços urbanos. E não diferente esse recurso está sendo utilizado através de *estratégias* das empresas cinematográficas para abarcar um maior número de públicos seja em suas produções *blockbusters* e até mesmo num significativo mercado do circuito de *filmes de autor*.

3.3 Terceiro Ato

“*Seria bom se a sociologia levasse o amador mais a sério e, mesmo, que o tratasse com mais respeito*”, sentenciou o sociólogo francês Antoine Hennion em seu artigo *Pragmática do Gosto*. O autor está a localizar uma visão restritiva da sociologia crítica em analisar o gosto dos indivíduos, não levando em consideração as suas práticas de consumo, os modos de uso com que experimenta determinado tipo de arte. Nos piores dos casos, a sociologia crítica o coloca como um “*cultural dope*”, termo usado pelo etnometodólogo Harold Garfinkel (1977) para mensurar o indivíduo que se engana quanto à natureza daquilo que faz; nas melhores hipóteses, o indivíduo é um sujeito passivo de uma ligação cujas determinações verdadeiras ele ignora e que, a despeito de suas resistências, são reveladas por impassíveis estatísticas (HENNION, 2011).

Procurei em todas minhas entrevistas levar os meus interlocutores como atores sociais competentes e suas práticas como atividades reflexivas da experiência. Essa mudança de perspectiva, possibilita ao pesquisador recuperar a importância dos objetos sobre os quais se apoiam a cinefilia; das convenções com frequência elaboradas que os amadores empregam e discutem coletivamente para garantir a continuidade de suas práticas; das competências envolvidas e portanto, sobretudo, de suas capacidades criativas, e não só reprodutivas.

O gosto, a paixão, as diversas formas de ligação não são dados primários, propriedades fixas dos amadores que podem ser simplesmente desconstruídos analiticamente. As pessoas são ativas e produtivas; elas transformam incessantemente tanto objetos e obras quanto performances e gostos, como vimos no pragmatismo do filósofo John Dewey e na sociologia das associações do sociólogo Gabriel Tarde.

Com muitas dessas pessoas eu só tive contato através de e-mails ou Facebook; e ainda assim, fora possível pedir que *relatassem* as suas práticas com o máximo de detalhes possível. Em copresença ou não, sempre fora permeada nessas entrevistas a técnica da *conversação* baseada na obra *A Opinião e as Massas* de Gabriel Tarde (1992).

Os modos de subjetivação das sociedades de controle constituem-se na comunicação de indivíduo a indivíduo, pela circulação dos exemplos mudos ou verbais veiculados pela publicidade, pelo mundo da informação, pela imprensa; é através dos signos, da imagem e dos agenciamentos de enunciação mobilizados pelos diversos públicos que o indivíduo pertence que suas opiniões são construídas, mobilizadas e irradiadas. Tarde (1992) voltou sua atenção, já desde o final do século XIX, para um fenômeno social e linguístico em grande parte negligenciado por essa perspectiva: a *conversação*.

“A conversa é um dos agenciamentos mais importantes na transmissão e na discussão do discurso e das palavras do outro. É um dispositivo de constituição e de captura de cérebros, de palavras: Toda conversa vem carregada de transmissões e interpretações das palavras de um outro. Ela ocupa um lugar estratégico na cooperação entre cérebros, e todo dispositivo de constituição da opinião pública deve passar pela conversa. Na fala corrente de todo homem que vive em sociedade, pelo menos a metade das palavras que ele pronuncia são palavras de outrem: nós relatamos, evocamos, pesamos, discutimos as palavras dos outros, suas opiniões, afirmações, informações, com elas nos indignamos, entramos em acordo, a elas nos referimos, e assim por diante” (LAZZARATO 2006:164)

Nunca bastou para mim apenas a qualificação como *bom* ou *ruim* de um determinado filme; apenas isso não me dimensionava a relação da opinião com os públicos, do agir e da afetação da experiência cinematográfica. A conversa se mostrou muito eficaz ao proporcionar que eu visualizasse os pontos em que deveriam ser estimulados para tentar entender a dinâmica das experiências dos indivíduos com o cinema. De uma forma ou outra, essa conversa não estava dissociada com a *história de vida* dos interlocutores.

O sociólogo francês Pierre Bourdieu (2006) aponta fragilidades do método da *história de vida* e que me fizeram repensar, por um momento, na eficácia desta minha metodologia na pesquisa em questão. Segundo o autor, muitas vezes o entrevistado quer dar sentido às indagações levantadas pelo pesquisador. Em específico numa pesquisa sobre a experiência com a arte cinematográfica, os participantes podem ler de antemão o

que está por detrás das investidas do pesquisador em querer discutir determinadas cenas; e assim, pode o participante querer encontrar sentido, forçar uma coerência lógica com eventos de sua biografia e entregar como material empírico o que Bourdieu veio a denominar de “*ilusão biográfica*”. Segundo ele:

(...) é provável que este ganho de coerência e de necessidade esteja na origem do interesse, variável segundo a posição e a trajetória, que os investigados tem pelo empreendimento biográfico. Essa propensão a tornar-se o ideólogo de sua própria vida, selecionando, em função de uma intenção global, certos acontecimentos significativos e estabelecendo entre eles conexões para lhes dar coerência, como as que implica a sua instituição como causas ou, com mais frequência, como fins, conta com a cumplicidade natural do biógrafo, que, a começar por suas disposições de profissional da interpretação, só pode ser levado a aceitar essa criação artificial de sentido (BOURDIEU, 2006, p. 184).

O problema é que as diversas situações em que os atores sociais estão envolvidos em seu cotidiano irão exigir diferentes modos de apresentação, e nem sempre essas nuances serão apresentadas no relato biográfico. O entrevistado irá nos oferecer uma visão de um todo, de uma narrativa com início, meio e um fim; por isso Bourdieu utilizou-se desta alcunha de uma *ilusão biográfica*. Porém, esta série de críticas que ele tece a esta metodologia eu não vi aplicadas em sua obra *A Distinção*; muito menos esse agente crítico pintado por ele, capaz de camuflar dados intencionalmente em função da narrativa de sua vida. Na parte de *A Distinção* onde ele apresenta dados a respeito de gosto cinematográfico, não há de forma alguma essas críticas tecidas por ele no texto *A Ilusão Biográfica*. Apenas encontramos o filme que determinada classe de pessoas qualificou como melhor em detrimento de outros, temos estatística!

Em minha opinião, a única saída para tentar dar conta dessa dimensão multifacetada do ator social numa investigação sociológica é expondo em seu texto científico a metodologia utilizada. Será a partir desta “*costura*” do método com o tecido social onde as recorrências e contradições dos atores poderão ser dimensionadas como experiências a serem investigadas pelo pesquisador. A recorrência de uma qualificação negativa de um determinado filme por uma elite intelectual, num primeiro momento, não quer me dizer nada. Não há possibilidade em inaugurar uma regra geral ao dizer que uma elite intelectual não gosta de comédias românticas se eu não alinhar essa qualificação, que é uma *opinião*, às questões morais apresentadas no filme e, principalmente, com a do espectador.

A opinião deve ser uma abertura para que o pesquisador colha informações com maior riqueza de detalhes possível a respeito da experiência de um indivíduo com

determinado filme. O mundo social não estaciona seu movimento para que o pesquisador possa fazer sua análise. Sua *expertise* está em relatar com o máximo de movimento alcançado qualquer fenômeno passível de investigação. Há questões morais como religião, raça, sexualidade – que podem estar relacionadas com públicos que o ator social pertença, que influenciam em seu gosto cinematográfico e são decisivas na hora de descrever a experiência com o filme. E nem sempre essas questões estão evidentes: se faz necessária a técnica da *conversação* para dar visibilidade a estas questões.

Uma proposta que me parece bem mais satisfatória com a temática de minha pesquisa é a oferecida por Howard Becker no texto *A História de Vida e o Mosaico Científico* presente em seu livro *Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais*. Becker nos apresenta também certos limites que a história de vida apresenta, mas diferente da visão bourdieusiana desta questão, ele irá salientar que o segredo para driblar estes pormenores da *história de vida* está em como utilizar essas autobiografias na pesquisa sociológica. Perceba como os dois autores compartilham de uma mesma visão sobre a autobiografia:

O autor autobiográfico se propõe a explicar sua vida para nós, se comprometendo, assim, com a manutenção de uma estreita conexão entre a história que conta e aquilo que uma investigação objetiva poderia descobrir. Entretanto, quando lemos uma autobiografia, estamos sempre conscientes de que o autor só nos está contando uma parte da história, que selecionou seu material de modo a apresentá-lo com o retrato de si que preferiria que tivéssemos e que pode ter ignorado o que poderia ser trivial ou desagradável para ele, embora de grande interesse para nós (BECKER, 1999, p.102).

Porém, Becker apresenta uma forma diferenciada de aplicar esses dados biográficos na pesquisa sociológica. Ele sugere a construção de um mosaico científico, onde cada peça seria uma história de vida. Essas biografias estariam sendo entrelaçadas, confrontadas, dando uma visão muito mais rica no conjunto que este mosaico nos oferece. É a respeito exatamente disso que sinto falta na análise de Bourdieu em *A Distinção*; se a saída encontrada por Bourdieu fosse também a construção de um mosaico, teríamos cada qualificação como peças desse mosaico onde hipóteses poderiam ser sugeridas e contextualizadas a partir de suas próprias limitações, e não um estudo quantitativo em busca de teorias generalizantes. E Becker criticará esta postura:

Os sociólogos passaram a se interessar mais pelo desenvolvimento da teoria abstrata e, correspondentemente, menos pelos relatos plenos e detalhados sobre organizações e comunidades específicas. Passaram a preferir os dados formulados nas categorias abstratas de suas próprias teorias aos formulados a partir das categorias que pareciam mais relevantes para as pessoas que estudavam

(BECKER, 1999, p. 113).

Becker ainda nos salienta para uma contribuição fundamental que a história de vida é capaz de nos beneficiar: dar sentido à noção de processo. Se para Bourdieu a história de vida se faz ilusória na investigação sociológica por não dar conta dessa dimensão processual da vida social; para Becker, é somente ela capaz de apresentar as sutis manifestações deste processo. As ações individuais dos atores sociais estão sempre orientadas em função de expectativas do outro; mesmo as histórias que poderiam ser ilusões biográficas para Bourdieu por não darem conta de um todo, tornam-se necessárias a partir deste entendimento de que são apenas peças de um mosaico; se está ocorrendo ocultamento ou construção de inverdades nas autobiografias é porque isso ocorre em função de um outro, de um fator social, não individual. “O processo social, portanto, não é uma interação imaginada de forças invisíveis ou um vetor estabelecido pela interação de múltiplos fatores sociais, mas um processo observável de interação simbolicamente mediada (BECKER, 1999, p.110)”.

E o mais importante: abandonar uma postura normativa da análise dos dados e recorrer a um método descritivo de todos possíveis *acontecimentos* e *eventos menores* que envolvam a temática desta pesquisa e que cheguem até o meu conhecimento. E assegurar um caráter *compreensivo* nesta descrição das histórias em detrimento de apenas um caráter *explicativo*.

Segundo Heinich (2004) As duas condutas não são, de modo algum, antagônicas, mas complementares. Pode-se muito bem explicar a figura do gênio desconhecido pelas propriedades de seus zeladores mais que por aquelas do artista enaltecido pela admiração, pondo em evidência o sentido que reveste para eles uma tal representação, e as razões, conscientes ou não, que eles têm para aderir a isso. O problema é que o hegemonismo, que com muita frequência governa as parcialidades metodológicas, tende a confinar os pesquisadores em escolhas exclusivas. Além disso, a visão explicativa acompanha uma focalização sobre a dimensão do real, em detrimento das representações - imaginárias ou simbólicas -, que ela tende a encarar como obstáculos à verdade.

Trata-se de uma conversão difícil de aceitar, quando se admite como única missão da sociologia a de explicar a verdade do real, na medida em que ele é determinado; mas evidentemente que essa disciplina sabe também ser produtiva, abraçando a missão de explicitar as representações, desde que sejam coerentes. É claro que a sociologia da arte

não está condenada a oscilar entre essencialismo e crítica, "crença" e "desilusão": "análise interna" e "análise externa: as "obras em si" e os discursos feitos a respeito delas (HEINICH, 2004). Ela pode se interessar pelas pessoas, pelos contextos ou pelos objetos, segundo sua pertinência para os atores mais do que segundo uma hierarquia decidida a priori, e descrever as ações e as representações com a única finalidade de compreendê-las. Os textos são o laboratório do cientista social; e, se a prática laboratorial pode servir de guia, é em virtude da natureza artificial do lugar que a objetividade consegue ser alcançada, desde que artefatos sejam detectados graças a uma atenção contínua e obsessiva. Assim, encarar um texto de ciência social como relato textual não enfraquece sua pretensão à realidade, mas constitui uma extensão do número de precauções que precisam ser tomadas e das habilidades exigidas dos pesquisadores (LATOUR, 2002).

Capítulo IV

QUAL VALOR DE UM FILME?

Figura 23 – Entrevista de Jair Bolsonaro na Folha de São Paulo



Fonte: portal de notícias Folha de São Paulo

No dia 18/07/2019, o presidente do Brasil Jair Bolsonaro transferiu o Conselho Superior do Cinema da estrutura do Ministério da Cidadania para a Casa Civil. A mudança foi formalizada durante cerimônia em comemoração aos 200 dias de seu governo, em Brasília. O objetivo da transferência deste conselho, segundo a Secretária-Geral da Presidência, é “fortalecer a articulação e fomentar políticas públicas necessárias à implantação de empreendimentos estratégicos na formulação de diretrizes das ações governamentais relacionadas à área cinematográfica nacional”. Na ocasião, Jair

Bolsonaro aproveitou para manifestar também sua intenção de mudar a sede da Agência Nacional do Cinema (Ancine) do Rio de Janeiro para Brasília. Ambos os movimentos mostram a intenção do governo de acompanhar mais de perto a política nacional do audiovisual¹.

4.1 Primeiro Ato

Qual o valor de um filme? Início este capítulo com uma provocação inspirada nas primeiras linhas do livro *La psychologie économique* do sociólogo francês Gabriel Tarde (1902), quando indaga a respeito de que forma seria possível quantificar os valores de um homem? Através de sua honra, de suas conquistas materiais ou de renome, suas características físicas, como mensurar a grandeza de um homem? Esta provocação de Tarde reside na crítica em que será feita em seu livro a respeito da forma restrita que a ciência econômica sempre se debruçou apenas na quantificação dos valores econômicos dos objetos materiais.

Entendo que suas provocações poderiam ser interpretadas por seus leitores como infundadas, uma vez que cada pessoa teria uma opinião formada a respeito de um outro elemento do mundo social, Tarde diz existir uma regularidade na opinião de membros de determinadas associações a respeito da natureza e forma com que utilizam os valores. E para isso, seria necessário uma análise dos “valorímetros”, que seriam os dispositivos que permitem fazer visíveis e legítimos os juízos de valor capazes de captar a alma humana que formam a base do que Tarde denominaria de Economia (LATOURET, 2009).

Gabriel Tarde vai além: "a economia é subjetiva, portanto, científica". O que surpreenderia qualquer economista bem treinado a responder todo o processo de como um valor é atribuído a um elemento. Não é a subjetividade de que a ciência se livra, constrói, distanciando-se em busca de fatos objetivos? Para Tarde, a intersubjetividade, ou seja, a possibilidade de um ator julgar opiniões, comparar seus valores com os de outros, não seria uma falha; mas um recurso para romper, por exemplo, o mistério das origens da atribuição de valor.

Segundo Tarde (1902), essa noção de valor que esteve no centro dos debates entre pensadores clássicos, de Adam Smith a Karl Marx, é eminentemente psicológica. Mas é quantificável porque tem intensidade, devido às ininterruptas movimentações ocasionadas pelas crenças e desejos. Medir esse algo quantificável interno às características objetivas dos elementos é a tarefa que Tarde atribui aos economistas. É por isso que o erro dos economistas não foi amputar o homem de suas dimensões morais, afetivas e sociais por seus esforços para quantificar; mas, pelo contrário, para não quantificar suficientemente todas as avaliações para as quais eles têm acesso.

O valor seria o resultado de um processo através do qual atribuímos uma qualidade a objetos, ideias, ações e pessoas, e consiste na concordância dos julgamentos coletivos

que mantemos sobre a aptidão dos elementos para serem, por um número maior ou menor de pessoas, acreditadas, desejadas ou provadas. Portanto, Tarde (1902) quer estender a economia a todos os tipos de avaliações, não apenas monetárias, e encontrar as medidas capazes de tornar visíveis e comparáveis os julgamentos de valor. O erro dos economistas seria, então, limitar a esfera do quantificável ao cálculo racional apenas por uma questão de objetividade, enquanto caberia a eles quantificar crenças e desejos para tornar a economia uma ciência de interesses apaixonados. Segundo Gabriel Tarde, ao confundir o objeto de seu estudo, a Economia tornou-se “um continente ainda pouco explorado”.

A noção de valor em Tarde tem duas implicações importantes para a pesquisa no âmbito da Arte. Primeiro, o valor é o resultado de um processo claramente subjetivo, baseado em nossas ideias, crenças, aspirações, expectativas e opiniões. Segundo, o valor é o resultado de um processo coletivo no qual, por influência mútua, conseguimos atribuir um valor a um objeto, ideia ou pessoa. Isso implica colocarmos a análise do valor a partir dos afetos que ligam os espectadores a determinados filmes de seus agrados e desagradados.

Do ponto de vista econômico, Tarde questiona a noção de que o valor é o único resultado de uma transação puramente material, seja como um valor produzido pelo trabalho físico ou como um valor da transação refletido por uma quantidade determinada de dinheiro. Em um sentido moral, a concepção de Tarde nos sinaliza que os valores ocorrem dentro da estrutura de uma dinâmica social de influências e contra-influências, e que são sempre relativas ao contexto em que emergem.

“Eu não pago, por exemplo, para ir ver um filme comum no cinema. A trabalheira que é para eu chegar no cinema, me arrumar com horas de antecedência, depois arrumar minha filha, pegar táxi ou uber, depois é mais dinheiro pra lanche, dinheiro pra voltar pra casa. Então, não tenho como pagar um mesmo valor para um filme caro, cheio de efeitos especiais, com a sala lotada, por um outro filme menor. Não acho justo. (Carla, mulher, 34 anos, professora)

“Frequento cineclubes desde minha juventude e é um hábito que, infelizmente, hoje já não consigo cultivar. Primeiro, que estão longe de mim. Há uns dez anos, tive que me mudar para Niterói e dois cineclubes que eu mais gostava estão no Rio de Janeiro. É cada vez mais desgastante ir ao Rio e voltar. Segundo, as pessoas que eu mais gostava

de ouvir e papear nesses encontros também tomaram outros rumos, alguns já se foram até. E as regras dos cineclubes foram ficando muito moles, começaram a querer atrair público também, o que é um erro, não é a nossa lógica. Um cineclubista vai à sessão de um filme que detesta pelo prazer de estar entre cinéfilos e trocar opiniões ao final da sessão com os outros membros. Isso se perdeu. **(Augusto, 67 anos, professor aposentado)**

O processo valorativo presente na experiência do indivíduo com o cinema estará diretamente ligado aos cenários e elementos presentes envolvidos na situação. No caso da professora Carla, o filme precisa ter um determinado valor para compensar todo o esforço físico, mental e financeiro que será despendido para o seu consumo. Gabriel Tarde afirma que cada indivíduo possui escalas de medidas que orientam suas ações no cotidiano. Como no caso do professor aposentado Augusto, onde não se importa com o título que seria exibido nas sessões do cineclube que frequentava; o valor dos filmes estariam ligados à experiência que era possibilitada com sua presença naquele espaço.

Uma questão essencial que me levou a articular com o processo valorativo presente na obra do Gabriel Tarde é a disposição do *interesse* dos indivíduos em atuação menor ou maior numa determinada experiência. John Dewey (1995) brilhantemente elabora um quadro interpretativo para compreendermos a dinâmica do interesse no envolvimento dos indivíduos que seria possível uma compreensão para as situações que envolvem a arte cinematográfica.

Dewey (1995) nos entrega uma cena em que temos um mero espectador e um participante de determinado evento. O primeiro é indiferente ao que se passa á sua volta; o último, pelo contrário, interessa-se por tudo o que acontece; não é indiferente aos resultados. O seu destino depende, em grande medida, das consequências dos acontecimento. Por conseguinte, ele faz os possíveis para influenciar o rumo desses mesmos acontecimento. Um é como um homem encarcerado, olhando a chuva através das grades; pouco lhe importa que chova. O outro é como alguém que planejou um passeio para o dia seguinte, o qual, se continuar a chover, ficará certamente sem efeito.

Ao pensarmos ainda no exemplo da professora Carla, depois de tamanho trabalho que a mesma descreve para que consiga chegar a uma sala de cinema num *shopping center*, há um interesse de sua parte para que as coisas ocorram da melhor maneira possível. Quando ela me diz que a escolha do filme tem que ser muito bem pensada para compensar todo o seu esforço, certamente sua atitude inicial para com o filme exibido é da melhor vontade possível. Para que essa sua experiência não saia como o planejado,

só mesmo as contingências de sua rotina, como algum problema com a filha ou alguma mensagem que a faça interromper a experiência interessada.

E seguindo o caso do Augusto em suas idas a um cineclube, o interesse que lhe é instigado consiste em estar envolvido em uma sessão de cineclube, independente do filme ser de seu interesse ou não. Seu interesse está em fazer-se completamente mergulhado nas possibilidades que a situação lhe impõem. A atitude de um indivíduo interessado no desenrolar dos acontecimentos é pois bipartida: por um lado, revela uma apreensão, uma ansiedade no que respeita às consequências futuras – por exemplo, não encontrar presente as pessoas que gosta de trocar informações sobre os filmes; por outro lado, uma tendência para agir de forma a assegurar as melhores consequências e evitar as piores – se é de seu interesse o envolvimento pleno na atividade cinéfila do cineclubismo, haverá de sua parte um maior monitoramento em constranger comportamentos ou conversas que atrapalhem o bom desenrolar da experiência em situação.

Gabriel Tarde indica em sua obra que existem três tipos de valores derivados do poder inventivo das crenças e desejos: valor-verdade, valor-utilidade e valor-beleza. O valor-verdade está associado aos valores mais objetivos, ou seja, ideias que são aceitas como "verdadeiras" pela maior parte dos indivíduos e o conhecimento considerado legítimo, tais como tonalidades de cor ou medidas de comprimento. O valor-utilidade está bastante ligado aos poderes, direitos, méritos e riquezas a que se tem acesso ao adquirir ou ser associado a um objeto, ideia ou pessoa. E, finalmente, o valor-beleza é o valor derivado das emoções e sensações que obtemos desses objetos, ideias e pessoas.

O sociólogo francês considera que existe uma correlação entre o valor-verdade e dois outros valores que emergem da esfera pública; a esses valores Gabriel Tarde os chama de valor-glória e valor-crédito. Os dois valores têm a ver com a reputação de uma pessoa ou instituição, mas eles são orientados em formas diferentes. O valor-glória é construído em torno do halo que se cria em torno de uma pessoa ou de uma instituição por conta de seu passado, sua linhagem e conquistas. Vemos que essa noção está próxima do líder carismático de Weber (2010), já que glória está associada a certos atributos de culto e admiração de um público a uma determinada pessoa que se destaca de outras por seu carisma. Por outro lado, o valor-crédito baseia-se nas realizações concretas da pessoa ou organização, em suas inovações, em suas contribuições e até no impacto que elas têm na sociedade. No universo do cinema, é possível uma mesma pessoa ou filme apresentar essas duas modalidades de valor-glória e valor-crédito, geralmente diretores e atrizes com notoriedade por suas produções, mas também por apresentarem grandes feitos como inovações da narrativa e técnica

cinematográfica ou formas diferenciadas na arte da interpretação.

Uma das grandes contribuições de Gabriel Tarde reside na idéia de que esses valores estão sujeitos a uma dinâmica psicossocial dominada pelos processos de reprodução e disseminação de informações, opiniões e até mesmo de práticas sociais, quantos comportamentos de personagens da ficção são incorporados pelo público. Tarde compreendeu que o poder que já era aquecido nas indústrias de comunicação, principalmente na imprensa, incluindo seu impacto na economia, dependeria de três fatores:

I - Capacidade dos atores sociais repetirem certas ideias e comportamentos, o que ele denominou de "expansão imitativa". Uma ideia precisa ser atrativa para ser cada vez mais difundida. Essa condição é muito próxima de uma discussão trazida pelo filósofo alemão Walter Benjamin em seu ensaio *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* de 1955. A reprodutibilidade técnica do filme tem seu fundamento imediato na técnica de sua produção. Esta não apenas permite, da forma mais imediata, a difusão em massa da obra cinematográfica, como a torna obrigatória. A difusão se torna obrigatória, porque a produção de um filme é tão cara que um consumidor que poderia, por exemplo, pagar um quadro, não pode mais pagar um filme. O filme é uma criação da coletividade (BENJAMIN, 1987). E para pagar todos a parte técnica e profissionais envolvidos na produção de um filme, é preciso que exista um público disposto a comprar um ingresso. Para que isso ocorra, outros valores precisam ser adicionados nesta interação para que atraia o interesse do espectador.

II - Capacidade de administrar a oposição. Aqui, Gabriel Tarde notavelmente também deduz o que seria um dos grandes motores da acelerada evolução técnica e econômica das indústrias do entretenimento. Uma ideia muito difundida encontrará por seu caminho de irradiação muitas outras ideias contrárias, que podem ou não, adquirir com o tempo também um poder de difusão para concorrer com a ideia inicial. E encontrará não só concorrência no universo cinematográfico, mas em outras esferas do mundo social. No ano de 2019, o filme *A Primeira Tentação de Cristo*, produzido pela provedora de filmes *Netflix*, gerou repercussão negativa entre grupos religiosos opositores à temática do filme, que se manifestaram favoráveis a um boicote nas redes sociais.

III – Capacidade de adaptação, como um processo de equilíbrio ou consenso. De acordo com os resultados positivo de bilheteria de um filme, convenções vão sendo estabelecidas e servindo como *estratégias* (CERTEAU, 2002) para se alcançar novamente êxito em futuras produções. E invenções vão sendo incorporadas, um determinado ator ou atriz que tenha alcançado sucesso de bilheteria em um filme ser

chamado para integrar o elenco de uma custosa produção que esteja a ser desenvolvida baseada numa convenção exitosa em filmes passados. Um exemplo desse processo de adaptação são os papéis destinados a atores muito conhecidos e estimados pelo público em filmes de super-heróis, uma das convenções do cinema mais em alta na última década.

Para ilustrar esse processo de imitação, oposição e invenção (ou adaptação), Gabriel Tarde (1902) toma o exemplo da criação de um livro, um produto de dupla qualidade. O livro é material e imaterial. O livro busca uma "expansão imitativa", ou seja, um público vinculado ao seu conteúdo, mas também pode causar polêmica (oposição), gerar aceitação ou não, que acabará atribuindo valor ao livro. Tarde observa que a grande qualidade do livro permanecerá em sua dupla condição de objeto material e portador de ideias, ou seja, em sua capacidade de produzir valor sem perdê-lo. Um livro pode ser danificado, seja pela perda de determinadas páginas, seja molhado ou amassado; e, assim, perdem parte de seu valor. Mas seu impacto real não depende tanto de sua materialidade como de sua capacidade imaterial de gerar adesões (valor-verdade como sinopse, reputação do autor), educar, promover atitudes, comportamentos ou certas habilidades (seu valor-utilidade para a Educação) e produzir no leitor emoções e prazer da leitura (seu valor-beleza).

Em sua análise do livro como um objeto valioso, Tarde já previa certas características da comunicação de massa, como a importância do uso da propaganda para despertar as crenças e desejos que movimentam o mundo social. E compreendeu claramente a importância das redes imitativas destacadas hoje pela expansão desenfreada de plataformas digitais como Facebook, Twitter, aparelhos celulares e outros dispositivos móveis. Em sua concepção de comunicação pública, Tarde (1902) afastou-se de qualquer visão determinística ao entender também o papel ativo do público no processo de recepção e construção de significado dos produtos culturais.

4.2 Segundo Ato

“Não posso admitir que, com dinheiro público, se façam filmes como o da Bruna Surfistinha.”, disse o presidente Jair Bolsonaro em uma coletiva de imprensa no dia 18/07/2020. E com toda a repercussão instantânea instaurada nas redes sociais e mídias tradicionais, tivemos o deslocamento deste *acontecimento* para uma outra dimensão: a do

escândalo.

A socióloga francesa Nathalie Heinich, em seu artigo chamado *L'Art du Scandale* de 2008, apresenta uma série de imperativos necessários para que um *escândalo* possa ser estabelecido. Seguindo a prescrição da autora, não utilizarei o termo *escândalo artístico*, já que este indicaria também uma suposta intenção provocativa por parte de um artista. E até mesmo seguindo a tradição da filosofia pragmatista do John Dewey, como da sociologia das associações do Gabriel Tarde, que prezam por compor quadros analíticos sem alçar limites entre as muitas províncias de sentido do mundo social. A dificuldade interpretativa de se estabelecer que um pronunciamento político instaurou um escândalo no mundo das artes ou se fora um produto cultural capturado para provocar adesões a um discurso conservador de um grupo político.

Segundo Heinich, o pesquisador que se debruça a acompanhar o desenvolvimento de um escândalo público, encontrará, no mundo das artes, um terreno extremamente oportuno para o seu trabalho:

“(…) se o escândalo é um revelador da nossa relação com a norma, então a arte, sendo, por excelência, o lugar de aplicação e/ou de jogo com as normas, os códigos e os valores, é também, por excelência, o lugar de experimentação e estudo do escândalo” (HEINICH, 2008, p. 122).

Dentro do escopo destinado a se classificar a natureza dos escândalos, Heinich nos coloca duas modalidades do escândalo: o “*escândalo*” propriamente dito e o “*affaire*”. E a diferença significativa desses dois formatos está na maneira distinta com que determinado acontecimento é recebido pelo público: no *escândalo*, é possível verificar uma comoção geral contra o episódio em questão, numa espécie de “*todos contra um*”, garantida por uma certa homogeneidade de valores do público; enquanto isso, o *affaire* geraria uma indignação diluída porque dividida em dois lados - um contra e o outro a favor -, dada a não unanimidade de valores do público em questão (KNAAK, 2018)

Apesar de Nathalie Heinich salientar a importância dessa distinção, a socióloga afirma que ela “não deve ser pensada de maneira descontínua, como uma oposição entre duas entidades, mas de forma contínua, como dois polos que organizam o deslocamento das causas de indignação (p. 134)”. Mas seriam determinantes para o estabelecimento de um escândalo ou *affaire*: a indignação de um número significativo de pessoas; transgressão de algum tipo de valor; e a unanimidade nos valores defendidos por um grupo, dependendo do quantitativo de pessoas, temos um *affaire*.

Para verificar a natureza desse acontecimento, recorri ao Facebook em busca de postagens e os comentários a respeito deste episódio; fora também feita uma varredura

nos comentários dos principais portais de notícia na internet; canais do Youtube e comentários dos usuários da rede digital de cinéfilos Filmow.

Figura 24 – Comentário da rede social Filmow

claudiogol
há 10 meses

Bolsonaro está certíssimo! Esses "artistas" são todos um bando de vendidos, vigaristas, que foram subornados pelo PT às custas da miséria do povo brasileiro e que vivem de mamatas oficiais. Isso sem falar nos tais "cineastas", como Kleber Mendonça, diretor do filme Aquarius e o tal Barretão, que estão sendo investigados pelo MPF na captação de recursos da "Lei Roubanet" sem prestação de contas. O que sobrava eles enfiavam no bolso para comprar apartamento na Zona Sul. Nojo dessa gente.

Responder comentário ▶ DENUNCIAR COMENTÁRIO

👍 2422 🗨️ 370

Fonte: rede social Filmow

Figura 25 – Comentários da rede social Filmow



Naiara Schwengber 10 meses atrás

Grande Caio!!! S2

👍 🗨️ RESPONDER



Laura Vieira 10 meses atrás

Essa desculpa que "gera empregos" não funciona pra mim, até o tráfico gera empregos e nem por isso iremos incentivar.

👍 🗨️ RESPONDER



Viviane Araujo Alves de Oliveira 10 meses atrás

Caio 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌!Você é top demais cara!

👍 🗨️ RESPONDER



Thays Rodrigues 10 meses atrás

Financiar é bem diferente de censurar!.

O governo não deveria financiar filme nenhum, excerto filmes produzidos com fins educativos. O cinema nacional é uma vergonha!

👍 840 🗨️ RESPONDER

▼ Ver 25 respostas



Julio César Wronski 10 meses atrás

Só ouvi o Caio e fechei o vídeo!

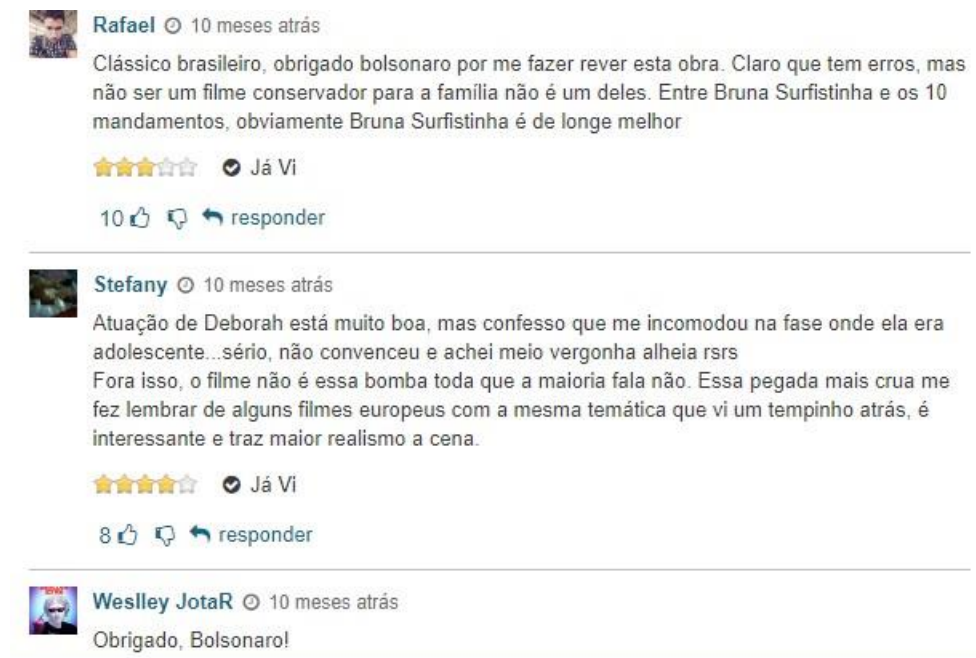
👍 🗨️ RESPONDER

Fonte: rede social Filmow

Há poucos ou nenhum comentário negativo a respeito do filme *Bruna Surfistinha* motivado por um valor-beleza nos comentários dos portais de notícia. Segundo Nathalie Heinrich (2008), é necessário que valores mais universais e coletivos estejam em jogo, como a moral, a justiça, a ética ou a defesa do patrimônio público para fazer com que as pessoas se posicionem, expressem sua opinião se articulem coletivamente em favor ou contra alguma obra de arte. Há um *motivo* que perpassa todas essas qualificações negativas: *o desperdício de dinheiro público e a imoralidade do filme*.

Nesta mesma coletiva de imprensa, o presidente Jair Bolsonaro completou seu pronunciamento a respeito do uso do dinheiro público no cinema brasileiro: “ Não somos contra essa ou aquela opção, mas o ativismo não podemos permitir em respeito às famílias, uma coisa que mudou com a chegada do governo”. Nas entrelinhas desse pronunciamento, há uma visão nada democrática de uniformidade em torno de valores tradicionais da família que é fortemente compartilhada pelos apoiadores do seu governo. Portanto, surgem comentários sempre polarizando a discussão com temas que envolvem a esquerda e o Partido dos Trabalhadores.

Figura 26 – Comentários do filme *Bruna Surfistinha*



Rafael 10 meses atrás
Clássico brasileiro, obrigado bolsonaro por me fazer rever esta obra. Claro que tem erros, mas não ser um filme conservador para a família não é um deles. Entre *Bruna Surfistinha* e os 10 mandamentos, obviamente *Bruna Surfistinha* é de longe melhor

★★★★☆ Já Vi

10 likes responder

Stefany 10 meses atrás
Atuação de Deborah está muito boa, mas confesso que me incomodou na fase onde ela era adolescente...sério, não convenceu e achei meio vergonha alheia rsrs
Fora isso, o filme não é essa bomba toda que a maioria fala não. Essa pegada mais crua me fez lembrar de alguns filmes europeus com a mesma temática que vi um tempinho atrás, é interessante e traz maior realismo a cena.

★★★★☆ Já Vi

8 likes responder

Wesley JotaR 10 meses atrás
Obrigado, Bolsonaro!

Fonte: rede social Filmow

Já nos comentários da rede social Filmow, encontramos qualificações mais orientadas por valor-beleza, há uma descrição de motivos para o uso desse valor também como uma forma de protesto aos ataques do presidente Jair Bolsonaro ao cinema nacional. É interessante mencionar que esta é a mesma rede social em que apresento no Capítulo II desta tese os comentários a respeito do filme *Aquarius* logo após o protesto do elenco no Festival de Cannes. Por mais que vários comentários no filme *Bruna Surfistinha* faça alusão ao presidente Bolsonaro, não fora estabelecido entre os cinéfilos novamente toda uma disputa de comentários acusatórios de defesa ou perseguição ao governo petista. O elemento que fez os ânimos dos cinéfilos não se levantarem uns contra os outros, foi o fato de que este pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro estar sendo feito num clima hostil ao cinema nacional, com suas constantes ameaças de fechar a Agência Nacional do Cinema (Ancine).

Figura 27 – Comentários do filme *Bruna Surfistinha*



raquel 6 meses atrás

o atual governo me fez assistir esse filme, e confesso que me surpreendi, gostei.

Já Vi

0 likes 0 comentários responder



Ana Débora 6 meses atrás

O filme traz uma temática cheia de polemicas, com uma vida cheia de altos e baixos e a necessidade de se destacar na vida, na profissão, na sociedade. É um fato que o que muitos pensam ser so sexo (algo prazeroso) e também uma escolha desesperada de alguém, uma vida cheia de prazer mas vazia de amor, uma vida de extravagância, abusos... O filme tem muitos pontos fracos mas não deixa de passar um ensinamento de vida. Revisto em: 11/11/2019

★★★★☆ Já Vi

1 like 0 comentários responder

Fonte: rede social Filmow

Há um valor-verdade que é a sinopse do filme *Bruna Surfistinha* (2011) dirigido por Marcus Baldini: “Pouco antes de fazer 18 anos, Bruna Surfistinha fugiu de casa para se tornar uma garota de programa. Passou 3 anos recebendo em sua cama homens (e mulheres) diferentes e satisfazendo fantasias muitas vezes inconfessáveis. Parte das experiências sexuais e pessoais ela dividiu com os leitores de seu blog. O diário se tornou

conhecido e rendeu fama repentina à sua autora.”² A controvérsia se estabelece quando o valor-utilidade defini o tom da qualificação. Os defensores do filme irão demonstrar em seus comentários que a história da Bruna Surfistinha é importante de ser contada para que outras meninas vejam a nada fácil vida de uma garota de programa. Já os defensores do governo Bolsonaro, qualificam esse valor-verdade como tendo utilidade apenas para imoralidade; segundo os mesmos, o filme *Bruna Surfistinha* não teria um valor-utilidade para todos os tipos de público brasileiro.

Figura 28 – Postagem de um usuário do Facebook



Fonte: rede social Facebook

O próprio filme começou a ser revisto por parte do público e deixar explícito nas redes sociais ou comentários o seu pesar pelo posicionamento do presidente Jair Bolsonaro. O motivo *desperdício de dinheiro público* também adquiriu valor-utilidade diverso entre esses apoiadores do governo Bolsonaro e os apoiadores do cinema nacional. O valor-utilidade *desperdício de dinheiro público* é um dos valores mais

significativos no cenário sociopolítico nacional no período de minha pesquisa. São anos de orquestração da mídia em cima de problemas contingenciais na aplicação da Lei Rouanet e que eram transformados como recorrentes na captação de recursos de um produto audiovisual. Fora todos os escândalos envolvendo corrupção dos últimos anos que colaboram ainda mais para que este valor-utilidade do desperdício de dinheiro público adquira um amplo poder.

Figura 29 – Reportagem sobre o filme Bruna Surfistinha



DCM

POLÍTICA | BRASIL | MUNDO | MÍDIA | COMPORTAMENTO | CULTURA | ECONOMIA | ESPORTE | ENTRETÊ | ESPECIAIS DCM | DCM TV

Filme da Bruna Surfistinha gerou mais empregos do que o governo Bolsonaro

Publicado por Kiko Nogueira - 21 de julho de 2019

Curte 2,3 mil Compartilhar Tweetar Share

Deborah Secco como Bruna Surfistinha

Num evento comemorativo dos 200 dias de seu desgoverno, Jair Bolsonaro assinou uma medida que transfere o Conselho Superior do Cinema do ministério da Cidadania para a Casa Civil.

Disse que não aceita que dinheiro público sirva para "fazer filme como o da Bruna Surfistinha".

Fonte: Jornal digital Diário do Centro do Mundo

Figura 30 – Postagem sobre o filme *Bruna Surfistinha*



Fonte: rede social Instagram

A *tática* encontrada pelos defensores do cinema nacional fora concentrar-se em fazer crescer o valor-crédito do filme *Bruna Surfistinha*. Tanto a mídia independente, quanto os cinéfilos e internautas em suas redes sociais, compartilhavam os números de bilheteria arrecadado e os empregos diretos ocasionados pela produção do filme. Pois esse valor-crédito seria o contraponto ideal para balancear o valor-utilidade usado por seus opositores.

É a partir de casos conflituosos como esse, que Nathalie Heinich apresenta uma tipologia dos procedimentos de desqualificação da arte, que deixa claro os esforços dos atores em converter suas opiniões pessoais em argumentos, que articulados a valores legítimos – como a moral, a justiça, a verdade – ganham o espaço público e se transformam em problemas coletivos. Aqui, para além valores mobilizados que se destinam a desvalorizar a obra ou a pessoa no artista – a socióloga apresenta que, na maioria das vezes, o valor utilizado para atacar uma obra de arte será reputacional, um valor que esteja diretamente ligado à noção de autenticidade e prestígio – o valor-glória.

Se a reputação de um filme está sendo desmoralizada publicamente, todo o seu elenco que trabalhou na produção da obra em questão começa a se sentir desprestigiado também. Esse escândalo envolvendo o filme *Bruna Surfistinha* fez até a atriz Deborah Secco, intérprete da personagem principal, se pronunciar em suas redes sociais e em entrevistas da mídia tradicional. O alto poder de disseminação de uma controvérsia nas redes sociais e poder do valor-utilidade do desperdício de dinheiro público fez com que o rosto da atriz estivesse estampado em toda essa discussão.

De maneira geral, os comentários contra o filme *Bruna Surfistinha* não chegam a contestá-lo de acordo com sua natureza técnica, eles partem para valores que se aproximam do mundo prático, facilitando uma maior adesão de adeptos na causa. Esses valores mobilizados têm em parte uma noção purificatória que se associa não à autenticidade artística, mas à necessidade de “separar o joio do trigo”, demarcar a existência da “boa arte”. E a boa arte, para adeptos do governo do presidente Jair Bolsonaro, seria uma enraizada na tradicional família cristã. O argumento em favor de uma certa pureza envolvendo a arte, apresenta uma grande flexibilidade e é comum a tudo que visa preservar algo, proteger contra degradações ou deformações, respeitar territórios estabelecidos, sejam eles temporais, territoriais, morais ou cognitivos (KNAAK, 2018).

Esse argumento que evoca a noção de pureza é, portanto, adaptável e frequentemente acionado em associação a outros motivos na construção de um discurso tanto a favor, mas mais correntemente, contrário à validade do objeto de arte. E, na maioria das vezes, nem são bens culturais consumidos por seus detratores. Em concordância com Tarde (1902), o valor-utilidade está em conformidade com o uso de determinado indivíduo ou objeto no mundo daquele que o qualifica.

De acordo com a análise do *acontecimento* da polêmica envolvendo o filme *Bruna Surfistinha* no discurso do presidente Jair Bolsonaro, podemos desprender de que estamos a tratar de um escândalo no formato de um *affaire*, já que não foi observada unanimidade nos valores defendidos pelos grupos envolvidos nas discussões. Com comentários a favor ou contra em quase todos os portais de notícia e redes sociais foi possível concluir de que houve uma indignação de um número significativo de pessoas. Por último, a possibilidade de um filme nacional com temática não em conformidade com valores ancorados na tradicional família cristã obter algum tipo de recurso do dinheiro público, configurará transgressão de um valor.

4.3 Terceiro Ato

Gabriel Tarde em seu livro *A Opinião e as Massas* (1992) faz uma referência importante a respeito dos modos de expressão do indivíduo moderno. Quando dois homens se encontram, envolvidos em uma situação de copresença num mesmo espaço físico, a conversação que mantêm é apenas um complemento de seus olhares recíprocos, através dos quais se exploram e buscam saber se pertencem à mesma espécie social, ao mesmo grupo social.

Adoramos a ilusão que nos faz crer que conversamos porque nos preocupamos com as coisas de que falamos, do mesmo modo que adoramos esta ilusão, a mais doce de todas: a crença na polidez das regras sociais. A verdade é que toda expressão, pelo homem comum ou pelo artista, e toda comunicação, desde a conversação acidental da entrada em relações até as profundas intimidades de um amor verdadeiro, tem sua origem na paixão elementar de conhecer-se e fazer-se conhecer mutuamente, de definir a consciência dos grupos associativos a que seu interlocutor se associa.

“Eu não conseguiria me relacionar com alguém que não sentisse um amor pelo cinema. Não sei se daria certo, minhas conversas, os assuntos que tenho com meus amigos, tudo gira em torno do cinema. O primeiro assunto que puxo com alguém você pode ter certeza de que é sobre cinema. Namoro há 3 anos e meio, mas lembro que nosso primeiro encontro foi ir ao cinema. Facilita, sabe? Quando você não conhece alguém, o assunto é difícil, é chato, ficar perguntando. Quando você sai do cinema e vai tomar uma cerveja, comer uma pizza, você tem assunto: o filme. E dali você vai percebendo a visão de mundo da pessoa, as referências que ela vai fazer, eu fico feito uma louca observando tudo. Não tem nada a ver com estudo, dinheiro. É a sensibilidade da pessoa para determinados assuntos que me atrai. Se você estiver disposta, vai encontrar alguma coisa especial quando a pessoa se abre a falar de um filme. Se não rolar nada, vaza que é cilada! (Juliana Santos, mulher, 34 anos, crítica de cinema do blog Convergência Cinéfila)

“Hoje em dia, você tem muitas opções de saber sobre a pessoa antes de um encontro. Você tem que vasculhar as redes sociais da pessoa. E se você não encontrar

nada direito, já liga o sinal de alerta que alguma coisa tem. Muito difícil ser boa coisa perfis todos trancados, sem informação sobre política, gostos musicais, filmes que gosta... **(Antônio Macedo, homem, 24 anos, mestrando em Ecologia)**

Gabriel Tarde infelizmente não conheceu o poder das redes sociais. E ficaria assustado como muitos de seus escritos fazem tanto sentido nos dias atuais:

“As primeiras conversações de dois desconhecidos que se encontram tem sempre um caráter exploratório em busca de conhecimento mútuo, sempre com o cuidado de não ultrapassarem limites íntimos e desarticularem a conversação (TARDE, 1992, p.130)

Mas é certo que as convenções ulteriores que mantêm entre si, depois de se conhecerem mutuamente, têm um caráter bem diferente. Elas tendem a associá-los um ao outro, ou a fortalecer sua ligação se já pertencem à mesma associação, a um mesmo tipo de *público*. Tendem, por conseguinte, a fazer surgir e a acentuar, a ampliar e a aprofundar a *consciência de espécie*, não simplesmente a defini-la. Não se trata de pôr a nu seus limites, mas de fazê-los constantemente recuar (TARDE, 1992).

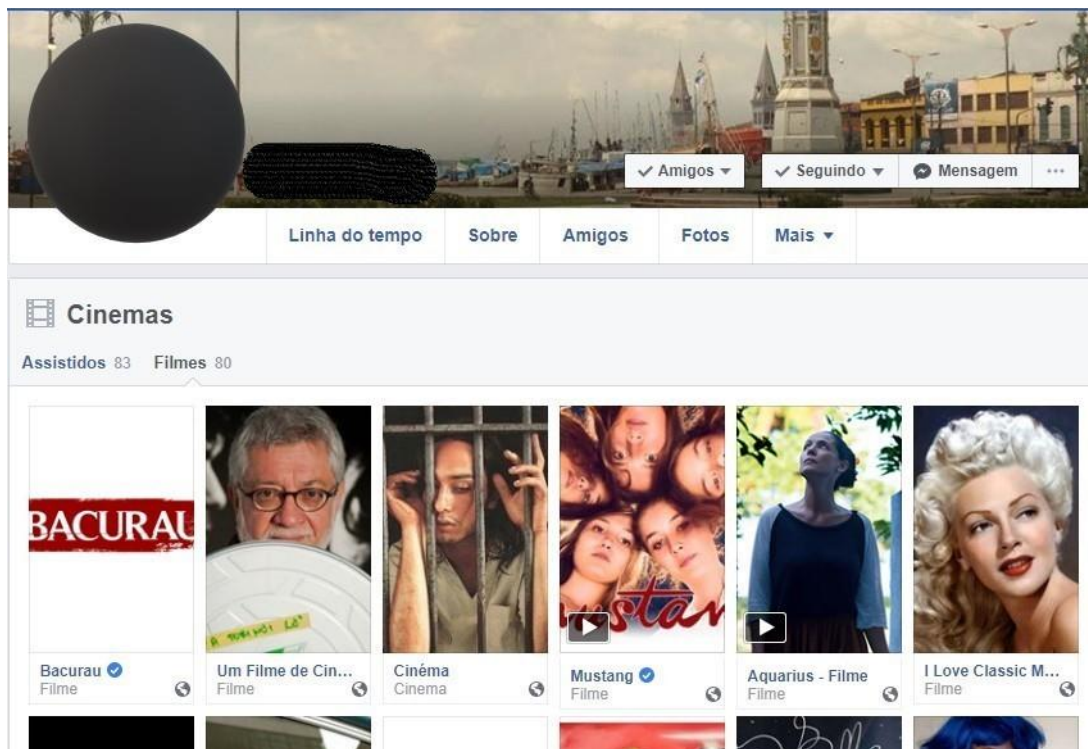
O advento do internet e os modos como as associações entre indivíduos e entidades não-humanas se apropriaram deste território digital possibilitaram a criação de novas formas de sociabilidade caracterizadas pelo contato interpsíquico entre seus usuários e viabilizando contatos de copresença mediados pelo uso da tecnologia. Os modos de apresentação dos indivíduos no mundo digital não são tão distantes dos modos de apresentação dos indivíduos na vida cotidiana (GOFFMAN, 2009).

“(...) ah eu tenho muita roupa que me identifica com os filmes que gosto. Tenho muita quinquilharia em estante, coisas de papelaria, tudo que vejo que tenha filmes, eu tento comprar. Eu tenho muita coisa de Harry Potter e Star Wars, muita, desde revista com pôster a tabuleiro de xadrez, que nunca usei com medo de quebrar as peças. Claro que o dinheiro me impossibilita de ser uma cinéfila louca perambulando pela cidade.” **(Liz, mulher, 28 anos, arquiteta)**

“Sim, estou de acordo. Claro que tem dias que acordo e olho a roupa que quero vestir e ponto final. E nem sei se é assim tão racionalizado. Não sei se penso tanto na ocasião assim. Mas quando quero que isso aconteça, sim. Não vai ser em qualquer lugar que vou gastar minhas camisas mais legais, que transmitem um pouco essa ideia de que eu seja, do que eu gosto e por aí vai. Sabe o que é legal? Quando alguém puxa assunto com você por conta de algo temático que você está usando. Não tem nada a ver com o

tema de cinema, aliás, tem sim (risos). Semana passada mesmo, eu estava com uma camisa estampada com o rosto do David Bowie, tinha só os traços e aquele raio característico que ele pintava nos olhos. E um colega de uma amiga veio dizer que da hora sua camisa e tal, trocamos uma ideia maior legal sobre as músicas e tal. No mundo sem essas coisas, você às vezes deixa de conhecer alguém legal, que possui os mesmos gostos de você. O cabelo, a forma como você se veste, a estampa, tudo facilita a aproximação entre as pessoas. E eu acho que isso acontece cada vez mais” (Anne Leite, mulher, 27 anos, psicóloga)

Figura 31 – Perfil de usuário do Facebook



Fonte: rede social Facebook

E todas essas informações, gostos musicais, posicionamentos políticos, estão dentro da categoria analítica que Gabriel Tarde estabelece como *opinião*. Mais que nunca, a opinião está para as associações e públicos assim como a alma está para o corpo, e o estudo de um nos conduz naturalmente ao outro (TARDE, 1992). A opinião é um grupo momentâneo e mais ou menos lógico de juízos, os quais, respondendo a problemas

atualmente colocados, acham-se reproduzidos em numerosos exemplares em pessoas do mesmo país, da mesma época, da mesma sociedade.

Todas essas condições são essenciais. É essencial também que cada uma dessas pessoas tenha uma consciência mais ou menos clara da similitude dos juízos que emite com os juízos emitidos por outrem; pois, se cada qual se acreditasse isolada em sua apreciação, nenhuma delas se sentiria e não estaria portanto contida numa associação mais íntima com seus semelhantes, consciente ou inconscientemente semelhantes. Ora, para que a consciência dessa semelhança de ideias exista entre os membros de uma sociedade, não é acaso preciso que essa semelhança tenha por causa a manifestação da palavra, pela escrita ou pela imprensa de uma ideia a princípio individual, depois gradativamente generalizada? “A transformação de uma opinião individual numa opinião social foi devida à palavra pública na Antiguidade e Idade Média, à imprensa nos dias de hoje, mas em todas as épocas e acima de tudo às conversações privadas” (TARDE, 1992, p.83).

Através dessa constatação de Gabriel Tarde a respeito das condições essenciais para explicar o poder de irradiação de uma opinião pública, podemos compreender como a internet facilitou ainda mais esse processo ao assimilar o poder comunicativo da imprensa, tornando-o cada vez mais instantâneo; ao mesmo tempo que possibilita os indivíduos manterem as suas conversas e trocarem as suas opiniões sem a necessidade de copresença.

Tarde (1992) explica que no final do século XIX, no momento em que as instituições de poder começavam a elaborar suas próprias técnicas e seus próprios dispositivos, o grupo social não se constituía mais nem por aglomerações, nem pela classe, nem pela população, mas pelo público, ou melhor, pelos públicos. “O público é uma massa dispersa em que a influência das mentes, umas sobre as outras, se torna uma ação a distância” (TARDE 1992:17)

Esse período do final do século XIX , segundo Tarde, foi decisivo para que peças fossem articuladas para o advento da Era dos Públicos; ou seja, uma época em que o problema fundamental era manter juntas as subjetividades quaisquer que agem a distância umas sobre as outras, em um espaço aberto. A subordinação do espaço ao tempo define um bloco espaço-temporal incorporado nas tecnologias da velocidade, da transmissão, do contágio e da propagação à distância. Agora que as técnicas disciplinares estruturam-se fundamentalmente no espaço, as técnicas de controle e de constituição dos públicos colocam em primeiro plano o tempo e suas virtualidades. O público se constitui

através de sua presença no tempo (LAZZARATO 2006).

Gabriel Tarde (1992) valeu-se de três fenômenos para caracterizar essa Era dos Públicos, desde sua gênese e até seu desenvolvimento maciço a partir da segunda metade do século XX:

(1) a emergência da cooperação entre cérebros e seu funcionamento por fluxos e por redes.

“Talvez eu seja um pouco esperançoso demais. Mas como fico feliz com a forma como o negro vem cada vez mais conquistando espaço no cinema. Um branco talvez compreenda, mas não sinta, o que é brincar sem um personagem de referência. Você sabe disso melhor do que eu, seja na televisão, protagonistas de filmes, sempre são os brancos. Sabe o que me dá raiva? Sim, tem filmes incríveis da década de 80, 90, que discutem o racismo, mas esse é sempre o tema dos filmes favoritos com personagens negros. Eu sentia falta é de um grande filme amado por todos que o protagonista fosse negro e o tema do filme não fosse sobre racismo. E não me interprete errado, não estou a dizer que esses outros filmes não deveriam existir. Pelo contrário, ele propicia a discussão, deve fazer alguém pensar sobre suas ações. Nada como o cinema pra gerar isso. Bem, acho que você entendeu o que penso sobre a importância de um filme de super-herói como Pantera Negra³” (Carlos Junior, homem, 35 anos, vendedor)

Figura 32 – Comentário do filme O Segredo de Brokeback Mountain

Luiz Baptista diz
01/04/2014 às 21:04

“O Segredo de Brokeback Mountain” Nunca pensei que um filme pudesse exercer tamanha influencia em minha vida... quando vi este filme pela primeira vez fiquei meio que obcecado e assisti mais quatro ou cinco vezes para tentar entender a angustia e depressão na qual mergulhei.

A verdade é que depois deste filme resolvi acabar com um casamento de 15 anos, mudar de emprego, abandonar a religião, entrar para faculdade e assumir minha bissexualidade para minha família e amigos. Hoje me sinto feliz e em paz comigo mesmo e percebi que o cinema pode ser apenas entretenimento mas também, uma ferramenta poderosa para disseminar uma ideologia.

[Responder](#)

Fonte: site de download de filmes: Top10 Filmes

(2) dispositivos tecnológicos arrojados que agem a distância é que dobram e amplificam a potência de ação dos indivíduos. E foram cada vez mais sendo aperfeiçoados e amplificando essa potência: o telégrafo, o cinema, a televisão, a internet.

“Muito se fala mal da internet, mas eu insisto que é o uso que definirá se algo é bom ou não. Tem coisas ruins? Todo lugar tem. Mas foi graças a internet que hoje podemos encontrar filmes de todas as épocas da história do cinema, isso nunca existiu. Sou da época que tínhamos que comprar as fitas de direitos famosos, mas o acesso também não era facilitado. Eu que sou de Campos dos Goytacazes, aqui você não encontrava fácil um filme para comprar, então era quando fosse ao Rio, algo assim. E eu acho que a grande sacada é que podemos conversar sobre filmes que gostamos com outros. Pois a distância dificultava esse contato. Pense em quem morava em uma cidade do interior com poucas pessoas, poucas locadoras, quase sempre com filmes comerciais que ela não gostava. É a morte para o cinéfilo. A internet foi a salvação. Não é à toa que o cinema cada vez mais bate recordes, é Netflix, site pra baixar filmes, acho que cinema deve ser uma das coisas que mais se procura na internet. Tudo bem que pornografia não é cinema, ou sei lá, tinha nas locadoras. Está tudo ligado.” (José Eugênio Guimarães, 65 anos, bancário aposentado)

(3) o processo de subjetivação: a formação dos públicos, ou seja, a constituição do que tem lugar no tempo.

“Eu tive um corte muito grande na minha história com o cinema. Eu nunca me liguei muito no que tipo de filme, no gênero, nas informações técnicas dos que eu pegava pra assistir. Mas eu namorei um professor de roteiro, por quase cinco anos, e ele convivia demais com pessoas que também conversavam sobre cinema. Comecei a frequentar muito mais salas de cinema, o que eu gostava muito, mas antes via mais filmes em casa. E eram sempre filmes diferentes do que eu estava acostumada, mas com o tempo eu passei a me habituar melhor com outros tipos de filmes. E sempre conversando com meu ex, ele dava dica, via coisas que eu não via, se interessava também pelo que eu estava a dizer. E essa parte era uma das melhores coisas do nosso namoro, morávamos juntos, comprávamos livros sobre história do cinema, sobre movimentos, muito sobre cinema nacional, que era algo que ele militava muito. Sim, militava. E já tem um tempinho bom que não estamos mais juntos, nos falamos poucos, não somos amigos pessoais de andarmos juntos, mas esse hábito não saiu de mim, continuo a procurar filmes com maior cuidado na escolha, tenho diretores, atores que gosto de assistir seus filmes” (Lilian, mulher, 37 anos, empresária)

A integração e a diferenciação das novas forças, das novas relações de poder, se

faz graças às novas instituições – o advento da opinião pública. Nas sociedades de controle, as relações de poder se expressam pela ação à distância de uma mente sobre outra, pela capacidade de afetar e ser afetado dos cérebros, midiaticizada e enriquecida pela tecnologia: "Os meios mecânicos, que permitem que seja transmitida em alto e bom som a ação sugestiva de um líder – a palavra, a escrita, a imprensa, não cessam de evoluir" (TARDE, 1898:58).

“Agora você pensa em como o cinema nacional consegue sobreviver ao poder que os filmes enlatados tem dentro do nosso país. Você tem trailer de filme em qualquer vídeo do YouTube, trailer na televisão, caderno de criança, roupa, tudo. Por isso que você me chama de radical, mas sou mesmo. As coisas só mudam quando começam pela gente. Eu sempre que puder vou desmerecer essas produções estrangeiras e enaltecer o cinema nacional. Eu te falei isso na nossa entrevista passada, é um mesmo perrengue quando você vira vegano e passa a não comer carne. Amigos vão te zoar, outros vão te respeitar. Alguns eventos você não será chamado. Num churrasco, o vegano vai ser zoadado, dependendo do nível dos amigos. Eu não vou ser chamado por amigos para assistir ao Homem-Aranha. E com o tempo as coisas vão se assentando, outras pessoas vão chegando, que respeitam o seu gosto e compartilham com você essa visão. E cito o veganismo pela dificuldade de que tudo a nossa volta tem carne. Difícil você encontrar uma lanchonete com opção vegana, você vai comer uma batata-frita, no máximo. E assim também é com quem diz não ao imperialismo norte-americano. É impossível você não saber a respeito da estreia de um mega filme dos Estados Unidos, mas do Brasil se você não procurar, jamais saberá.” (Paulo Victor, homem, 33 anos, designer gráfico)

“Se a cooperação entre os cérebros se expressa sob a forma de opinião pública, ou seja, pela ativação da dimensão comum dos julgamentos, desenvolve-se em seguida como criação e ativação da comunalidade dos perceptos e dos conceitos (percepção coletiva e inteligência coletiva) graças às tecnologias televisivas e informáticas. A internet, como veremos, integra e diferencia as diferentes transformações da opinião pública, da percepção e da inteligência coletiva” (LAZZARATO 2006:77)

A Era dos Públicos possibilita uma nova forma de se pensar a ação e no “estar junto”. Os atores sociais e os públicos não estabelecem entre si uma relação de pertencimento identitário: se um indivíduo não pode pertencer a mais de uma classe ou a mais de uma aglomeração por vez, pode pertencer, em contrapartida, simultaneamente a diferentes públicos – há a possibilidade de multipertencimento. E não estamos aqui demarcando o multipertencimento do ator social a vários públicos de uma mesma temática; os públicos se interpenetram, seus limites não são bem definidos – somente a

ação dos indivíduos que poderá lhes delimitar.

Esse indivíduo de Gabriel Tarde tem que se decidir entre diferentes mundos possíveis; é um homem múltiplo, que existe no interior da dinâmica constitutiva e evolutiva dos públicos. Os públicos são a expressão de novas subjetividades e de formas de socialização. Com efeito, "a formação de um público supõe uma evolução mental e social bem mais avançada que a formação de uma massa, ou de uma classe" (TARDE 1992:38).

Com o surgimento dos públicos, a sociedade foi se tornando cada vez mais similar com a metáfora utilizada por Gabriel Tarde – a do cérebro. Na era dos públicos, cria-se a possibilidade para a invenção e a imitação se difundirem de uma maneira quase instantânea, graças às tecnologias que proporcionam a ação à distância de um indivíduo sobre outro – “Seria como a reprodução quase fotográfica de um clichê cerebral pela placa sensível de um outro cérebro” (LAZZARATO 2006:78).

Com o público, os indivíduos se tocam a cada momento através das múltiplas comunicações, como acontece hoje com a internet. Não só pela conexão que possibilita o encontro dos indivíduos na rede – mas pela manutenção e consolidação dos públicos também no mundo digital.

“Eu criei o Cinéfilos Malditos em 2014 como um perfil do Facebook. Nunca foi meu intuito criar um perfil para críticas especializadas em cinema. Eu postava uma cena engraçada, perguntava se as pessoas tinham assistido determinado filme e o que achavam. Quando dei por mim, a coisa tinha crescido demais, tinha um número de amigos dez vezes mais que meu perfil pessoal. Então foi aí que criei um grupo no Facebook com o mesmo nome e a coisa se alastrou. Tive que recrutar outras pessoas para ajudar na mediação das postagens, pois não só eu criava um post mais, ficou aberto para que quisesse interagir. Eu nunca tive uma ideia muito boa do que conseguir de retorno financeiro com isso, conheço muita gente que conseguiu algo. Mas sei que ali tem um potencial. Acho que cada vez mais as pessoas estão individualistas, mais em suas casa, violência nas ruas, tudo muito caro, a saída são essas interações nas redes sociais. Já aconteceu o que seria o nosso futuro.” (Flávio Seixas, homem, 44 anos, advogado)

A divisão da sociedade em públicos "superpõe-se cada vez mais visível e eficazmente às formas de divisão religiosa, econômica, estética, política" (TARDE 1992:399), sem, contudo, substituí-la. Os públicos desenham flutuações e bifurcações,

que desestruturam as segmentações rígidas e unívocas representadas pelas classes e grupos sociais:

"Ao se superpor aos agrupamentos mais antigos, os novos agrupamentos, sempre mais extensos e mais maciços, que chamaremos aqui de públicos, não fazem apenas o reino da moda suceder ao dos costumes, a inovação à tradição; também substituem as divisões claras e persistentes entre as múltiplas variedades de associação humana, com seus conflitos sem fim, por uma segmentação completa e variável, de limites indistintos, perpetuamente em vias de renovação e de mútua interpenetração" (TARDE 1992:70)

A dificuldade para visualizar e apreender estes novos processos de subjetivação, depois que as classes sociais se desfizeram, está certamente ligada, por um lado, às dificuldades que temos em alcançar, em captar as leis de constituição e variação dessas segmentações móveis e cambiantes, que parecem não ter nenhum fundamento objetivo; e, por outro lado, a dificuldade está relacionada à tradição teórica marxista que remete as modalidades de associação dos públicos à ideologia (LAZZARATO 2006:79).

Capítulo V

AFINAL, O QUE RESTOU DO CINEMA?

Figura 33 – Entrevista do cineasta Pedro Almodóvar

veja ASSINAR

RADAR COLUNISTAS ECONOMIA POLÍTICA MUNDO SAÚDE PLACAR ENTRETENIMENTO

Entretenimento

Pedro Almodóvar entra na polêmica da Netflix – contra streaming

Presidente do júri diz que 'pessoalmente' não acha que a Palma de Ouro deveria ir para um filme que não passa na tela grande

Por *Mariane Morisawa, de Cannes* - 17 maio 2017, 13h12



O diretor espanhol Pedro Almodóvar, presidente do júri do Festival de Cinema de Cannes durante coletiva de imprensa - 17/05/2017 Getty Images/Getty Images

Fonte: Portal de notícias da revista Veja

A polêmica sobre a presença de dois filmes da Netflix na competição do 70º Festival de Cannes chegou ao júri. O cineasta espanhol Pedro Almodóvar, que é o presidente do júri, leu na coletiva de imprensa, horas antes da abertura do evento, uma declaração dizendo defender que as novas plataformas sigam a legislação em vigor. E mais: “Eu pessoalmente não acredito que a Palma de Ouro deveria ser dada a um longa-metragem que não é visto na tela grande. Isso não quer dizer que não esteja aberto ou celebre novas tecnologias e oportunidades, mas enquanto estiver vivo estarei lutando pela capacidade hipnótica da tela grande no espectador¹”.

5.1 Primeiro Ato

A indignação do cineasta espanhol Pedro Almodóvar não é infundada. Como vimos nos capítulos iniciais desta tese, a data 28 de dezembro de 1895, acordada como o marco da história do cinema, não coincide com a invenção do primeiro dispositivo de exibição de imagens; essa data refere-se a primeira sessão de exibição de cinema realizada para um público pagante. Neste exato dia, fora estabelecida a primeira grande *convenção* da arte cinematográfica.

Em 1982, o sociólogo norte-americano Howard Becker publica seu livro *Mundos da Arte*, onde descreve a arte como uma ação coletiva, composta por uma cadeia de indivíduos e objetos agindo de forma cooperada, desde técnicos necessários para compor o material de uma arte em questão até mesmo os fornecedores e curadores de um museu. O artista é encarado como um elemento necessário nessa coletividade para que uma arte aconteça dentro de convenções já previamente estabelecidas que a circunscrevem.

A convenção é um acordo sobre determinada atividade ou assunto que obedece a entendimentos prévios e a normas baseadas na experiência recíproca, implicando em práticas comuns pressupostas antes de começarem. Os colaboradores numa atividade qualquer concordam em se conformar com práticas passadas porque esperam que outros participantes façam o mesmo, expectativa que facilita a troca entre eles e, por outro lado, dificulta mudar tais práticas (BECKER 1982, p.32).

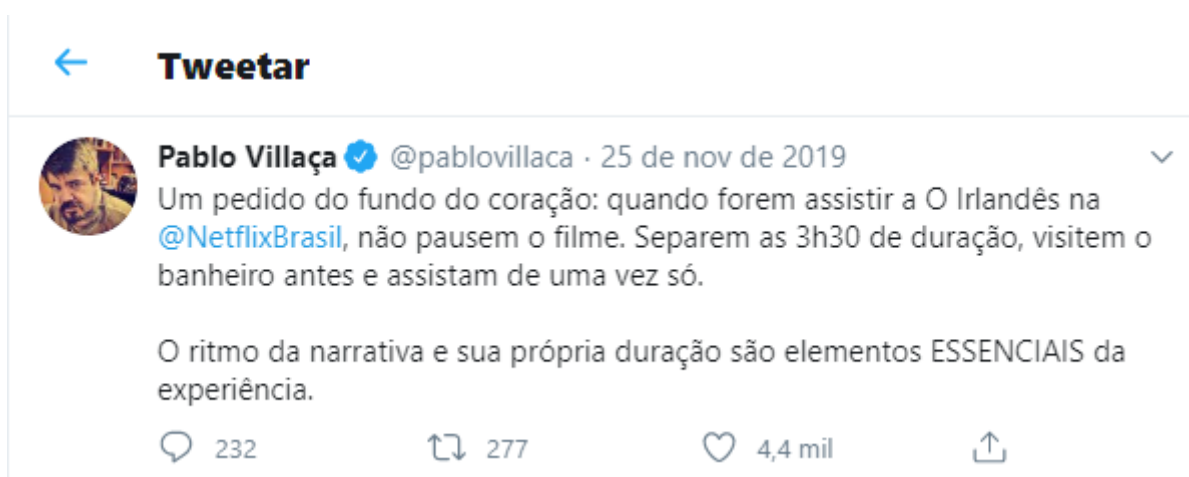
Pedro Almodóvar não só está a indicar que tipo de *convenção* da arte cinematográfica pode concorrer a uma premiação importante da indústria cinematográfica, mas chamar a atenção que o crescimento de empresas de serviços de *streaming* impõem uma outra *convenção* em evidencia que ameaçam comercialmente o tradicional modo de exibição de um filme. Desde o advento do cinema até os dias atuais, muitas convenções foram criadas e postas em desuso; sejam gêneros cinematográficos mais acionados em determinados períodos da história que outros, sejam movimentos como neorrealismo italiano apresentando formas mais flexíveis para a realização

de um filme. Mas em todas as convenções já admitidas e estabelecidas, o retorno financeiro dos realizadores envolvidos numa produção do filme estaria assegurado com a bilheteria do período de exibição comercial.

Do ponto de vista dos espectadores do cinema, os serviços de *streaming* já se encontram mais que estabelecidos. No ano de início dessa pesquisa de doutorado em 2016, a Netflix superou a marca de 75 milhões de usuários ativos em escala global. No mesmo mês de janeiro, a Netflix passou a estar disponível em quase todo o mundo, com exceção da China, região da Crimeia, Coreia do Norte, e Síria. E, não surpreendente, presente em muitas de minhas entrevistas. As convenções enquadram formas de consumo, sugerem modos de apreciação e temperatura para as emoções sentidas.

O crítico de cinema Pablo Villaça, por meio de suas redes sociais e canal no YouTube, fez um pedido a seus seguidores de que experimentassem o filme *O Irlandês* (2019) do diretor Martin Scorsese sem pausas. Devido a um grande número de compartilhamento de memes e comentários jocosos a respeito do tempo de duração do filme em questão, muitos cinéfilos marcaram a posição da experiência em sala de exibição como parâmetro do que seria uma experiência adequada.

Figura 34 – Comentário do crítico Pablo Villaça



“De fato, cinema é isso: você entra na sala e só sai quando acaba, não usa celular e muito menos conversa ou comenta o que está assistindo. Mas não faz muito sentido esse argumento de que assistir pausado não é a mesma coisa num filme de mais de três horas de duração.” **(Luíde, homem, personal influencer)**

“Pra mim isso é um preconceito com a Netflix. Ninguém enchia o saco com VHS, DVD, e até mesmo quando a gente baixa um filme. Acho que os cult bacaninhas não engolem muito bem o catálogo da Netflix e vomitam seu ódio nesses momentos. Ninguém jamais imaginaria que um diretor como Scorsese faria um filme pela Netflix. Quem tem dinheiro hoje para investir é ela. Tudo mudou e o público mais enjoado pra filmes não entendeu isso.” **(Paola, mulher, 32 anos, professora)**

Figura 35 – Comentários de cinéfilos



Miguel Mascarenhas

Raramente tenho visto filmes do início ao fim no mesmo momento. Mesmo os que têm menos de 2h. E, sinceramente, não vejo muita diferença não, pra não dizer que acho a mesmíssima coisa.

[Curtir](#) · [Responder](#) · 17 sem



Filipe Frossard Papini

Tem uma galera que adora ser fiscal da vida alheia. Eu sou esse cara que dificilmente pausa filmes. Mas to cagando e andando para o que cada um faz da sua vida em vários aspectos, inclusive em situações muito mais importantes do que vendo um filme. É uma discussão tão idiota num nível nego querer vir palpar em como eu devo fazer minha pipoca ou o modo como eu devo me sentar ou deitar no sofá ou cama. Somos melhores do que isso... francamente.

[Curtir](#) · [Responder](#) · 17 sem · [Editado](#)



Alberto Carlos

Cara, eu sempre pauso os filmes que eu assisto, isso é um dos motivos que eu não gosto de ir ao cinema. Porém, eu não pauso por que o filme tá "chato", eu pauso pra refletir sobre o que eu tô vendo e isso fica muito melhor quando eu assisto algum filme com uma galera, e isso faz com que altos papos acerca do filme rolem no momento da pausa. Esse ato ocorre muito com filme de terror, e por extensão, com alguns jogos.

[Curtir](#) · [Responder](#) · 17 sem

Fonte: rede social Facebook

Quando um filme deixa uma sala de exibição, o cinema passa a ser questionado e se torna uma outra coisa, provoca um outro tipo de experiência. O que só comprova que é o filme que faz variar os formatos em que será exibido, e não o inverso. A sessão numa sala de exibição é o que existe de mais singular à arte cinematográfica. É o que a particulariza no mundo da arte. A estreia numa sala de exibição é tão importante para a definição do filme que nos permite abandonar a tentativa de ver especificidade no material filmado da obra. Porém, é cada vez mais inevitável que esta não seja sua única forma de acesso ao público num primeiro momento.

“Há algo que o cinema nunca vai perder. O cinema no shopping, que seja. É você se isolar do mundo, uma experiência que você precisa passar, naquelas duas horas que você entrega pra esquecer da vida, dos problemas, de tudo. Tem gente que não se aguenta, mexe no celular, verifica mensagem. Isso já até pensei, sobre como as pessoas antigamente deveriam ser mais relaxadas no cinema. Pois é fácil falar também que não é pra ligar o celular, que você tem que ficar imerso na experiência. Tirando a parte que se você olha o celular, a luz dele atrapalha que está assistindo. Mas é saber que alguém pode ter te mandado mensagem. Só esse fato já quebra um pouco a experiência. Você não é curioso?” (Paola, mulher, 32 anos, professora)

É nesse sentido do tempo corrido e ininterrupto numa sala de exibição que o teórico do cinema francês Jacques Aumont (2012) diz que o principal avanço tecnológico no cinema nas últimas décadas não foram os dispositivos digitais e seus cada vez mais sofisticados formatos de armazenamento. A grande conquista estivera todo esse tempo no controle remoto: o botão de pausar. Encontraremos ele nos softwares de exibição de filmes no computador, nos antigos videocassetes, estivera também nos aparelhos de DVD, enfim, sempre fora possível interromper a experiência do cinema desde o advento deste botão. Para Aumont (2012), parar um filme não faz parte do cinema.

Howard Becker (2010) afirma que “cada convenção traz consigo uma estética”, que é definida pelas crenças morais de cada sociedade. Um bom exemplo pra entendermos os mecanismos de uma convenção é o estabelecimento do *plano americano*. O plano americano foi inventado pelo cineasta norte-americano David W.Griffith, que chegou à conclusão de que a distância da câmera ao personagem usada na época exigia da pessoa sendo filmada uma atuação muito dramática para que pudesse ser vista e entendida por todos. Inventou assim esse plano que se aproximava mais da pessoa, mostrando melhor e mais naturalmente sua expressão. Só que este *plano* se estabelece mesmo como uma convenção a partir do momento que fora usado pelos diretores do gênero *western*, onde era possível enquadrar o corpo dos *cowboys* de uma forma que o espectador pudesse ver suas armas de fogo presas à cintura (XAVIER, 1983).

A ruptura com as convenções e com todas as suas manifestações nas estruturas sociais e na produção material implica um acréscimo de problemas para os artistas e a diminuição da circulação das suas obras (BECKER 2010). Ou seja, os artistas precisam criar sempre em constante conformidade com as convenções caso queria alcançar algum êxito e retorno financeiro. Mas na história do cinema não faltam momentos em que convenções foram quebradas e uma curiosidade instigada no público que acabou consumindo essas novas formas de expressão rapidamente. O movimento dinamarquês Dogma 95, por exemplo. Por isso que ter em mente uma leitura sobre as convenções do mundo da arte, também amplia a liberdade para propor soluções alternativas e o abandono das práticas e dos procedimentos habituais. Se isto é assim, podemos encarar qualquer obra de arte como fruto de uma escolha entre a facilidade das convenções e o sucesso, por um lado, e a dificuldade do inconformismo e a ausência de reconhecimento, por outro (BECKER, 2010).

As convenções atuam na forma como a obra de arte é experimentada. Imaginemos que assistimos a um filme de ficção durante uma hora e meia. A certa altura uma das personagens principais afasta-se lentamente enquanto a câmera recua. O que é que se passa? O filme acabou. Na sala, as pessoas se levantam, deitam fora os seus pacotes de pipoca e vestem os casacos

antes de se dirigirem para a porta de saída. Uma interrupção da imagem e uma música que aumenta de intensidade constituem dois meios convencionais para indicar o fim de um filme. No cinema experimentado em uma sala de exibição, por exemplo, as convenções também agem como norteadoras de regras e comportamentos para o envolvimento dos indivíduos na situação.

“O meu maior problema em frequentar salas de cinema é a quantidade de celulares acesos que me irritam. A luz da tela incomoda e a falta de noção do seu dono. Quando é alguém conversando, é até mais fácil você pedir shhh³ e a pessoa parar de falar. Mas para chamar a atenção de alguém com o celular aceso, é você que vai acabar falando.” **(Marcos Vitor, homem, 35 anos, engenheiro)**

“Quando escuto uma conversa, na mesma hora, fico disperso do filme. É tanta falta de respeito, me dá vontade de esganar a pessoa, você incomodar o momento dela concentrada no filme. Eu demoro um pouco a pedir silêncio. Primeiro dou uma olhada, forço até a pessoa perceber. Isso é eficaz na maior parte das vezes.” **(Natália, mulher, 32 anos, professora)**

A forma como um indivíduo transmite as informações em público é denominado pelo cientista social canadense Erving Goffman (1999) como a fachada. Existem diferentes partes que constituem a fachada, o primeiro analisado por Goffman é o "cenário", o que inclui móveis, decoração, disposição física, os objetos que se comunicam ou reforçam a identidade que o indivíduo deseja transmitir.

Um aspecto muito importante do cenário é que ele possibilita que os atores envolvidos numa situação tenham uma leitura clara e objetiva de onde se encontram. Essa reflexividade de se situarem geograficamente permite que os atores também possam adequar o seu comportamento. Por exemplo, a partir do momento que os atores observam que se localizam no cenário de

³ Onomatopeia para pedir silêncio.

um velório, eles irão medir com maior cautela seus gestos e falas para não perturbar ou deslocar o sentido da situação. E temos vários outros exemplos, a forma como nos comportamos em consultórios médicos, em salas de aula; ou seja, para cada cenário estabelecemos um tipo específico de comportamento.

Em uma sala de exibição de cinema, o cenário impõem que os indivíduos presentes naquela situação se apresentem de forma envolvidas na experiência cinematográfica. Ou que ao menos simulem essa imagem. O indivíduo pode não dizer nada. Paradoxalmente, a maneira pela qual ele pode transmitir a menor quantidade de informação sobre si mesmo – apesar dessa quantidade ainda ser apreciável – é encaixando-se e agindo como se espera que pessoas do seu tipo ajam.

Uma das grandes queixas dos interlocutores desta pesquisa e observável por mim em todos momentos em que estive em salas de cinema por conta da pesquisa é a conversa. E além do incômodo da conversa interrompendo a experiência cinematográfica do espectador, este também se vê constrangido na forma mais adequada que deve exigir que os outros indivíduos presentes na situação se comportem como o cenário sugere. Na maior parte das vezes, a primeira tentativa de pedido de silêncio é feita por uma linguagem não-verbal.

“A informação que um indivíduo fornece, esteja ele enviando-a ou emitindo-a, pode ser incorporada ou desincorporada. Um franzir do cenho, uma palavra falada ou um chute são mensagens que um emissor comunica através de sua própria atividade corporal atual, e a transmissão ocorre apenas durante o tempo em que seu corpo está presente para sustentar essa atividade” (GOFFMAN, 2010, p. 24).

Observei nas salas de cinema e me certifiquei em seus relatos, que as pessoas incomodadas com uma conversa paralela de outro espectador, primeiro seguram o olhar e cabeça virados para o local de onde surge a conversa. É aguardado que os espectadores em um envolvimento lateral percebam que estão sendo focados por um outro espectador. Assim que

percebido a sinalização, os espectadores devem imediatamente retornar a sua atenção para o envolvimento principal com o filme exibido na tela.

É importante observarmos como Goffman observa o caráter promissório nessas situações mediadas em copresença. Os indivíduos envolvidos numa interação tendem a estabelecer uma relação de confiança, ambos oferecendo uma retribuição enquanto estiverem presentes. Como na cena descrita na sala de exibição de filmes, espera-se que os membros presentes na situação compreendam que estão a incomodar um outro espectador e retribuam com prontidão o seu silêncio.

Uma passagem do livro *Comportamento em Lugares Públicos* do Goffman (2010) que pode muito bem ilustrar esse caráter promissório, é o conceito de *desatenção civil*: os atores sociais evitam explorar a possível comunicação no local em que eles se encontram e dão uma expressão visível de que sua atenção está voltada para outra ação diferente. Ou seja, é como se ao encontrarmos alguém na rua, olhássemos momentaneamente para a pessoa e, em seguida, desviássemos o olhar. Esse “baixar os faróis”, como poeticamente Goffman nos coloca, gera uma sensação de segurança naquela situação.

De forma distinta, mas embasada no compromisso que a situação exige de seus membros, tenho chamado de “acender a lanterna” esse movimento corporal em que um espectador de cinema envia como mensagem a outro espectador que o esteja a incomodar devido a algum envolvimento lateral no momento de exibição de um filme. Pois é como se fosse a luz de uma lanterna dos antigos funcionários das salas de cinema, chamados de lanterninhas, a focar sobre o espectador que não está a cumprir com o seu papel corretamente no ambiente e questão. Essa lanterna só é apagada, ou o espectador só volta o seu rosto novamente em direção a tela, após ser percebido pelos espectadores advertidos.

Um outro envolvimento paralelo que incomoda alguns espectadores é o barulho vindo do mastigar das pipocas. Foi me relatado alguns incômodos a partir do som emitido por espectadores ao comer algum alimento dentro da sala de exibição. Mas diferentemente do uso de celular, que é um objeto que não faz parte do cenário de uma sala de exibição, o barulho emitido pela

pipoca tem um grau de tolerância maior. Em minha leitura, isso se deve ao diferente grau de envolvimento dessas atividades laterais. Quando você liga um celular para ver alguma mensagem, o seu foco é direcionado para a tela acesa do celular. Esse envolvimento com o celular passa a ser o envolvimento dominante na situação, o que não será visto com bons olhos pelos outros espectadores. A pipoca, por mais que incomode com o barulho alguns espectadores, é tolerada por ser entendida como um envolvimento lateral subordinado do indivíduo em situação. O espectador não deixa de estar imerso e inteirado com o desenrolar do filme enquanto aprecia a sua pipoca.

Essas regras na experiência em salas de exibição são enquadrados como convencionais, pois exigem uma boa leitura dos espectadores em interação da situação em que estão envolvidos. As convenções mais familiares a todos os membros de uma sociedade proporcionam algumas das formas mais básicas e importantes de cooperação características de um mundo da arte. Sobretudo, permitem criar um público entre aqueles que não têm, ou quase não têm, qualquer tipo de formação ou conhecimentos numa determinada área artística, ou seja, escutar música, ler livros, ir ver filmes ou espetáculos e retirar daí algo (BECKER 2010).

O conhecimento dessas convenções delimita o contorno exterior de um mundo da arte, assinalando aquele público potencial ao qual não se pode exigir qualquer conhecimento específico. As formas de arte que visam atingir um público o mais abrangente possível exploram ao máximo esses recursos. Algumas delas, nomeadamente os programas de televisão mais populares, fazem-nos sistematicamente. Outras, como um show de humor, utilizam-nas de modo menos convencional quando pretendem atingir um público mais vasto.

Outras convenções emergem no seio do próprio mundo da arte e não são conhecidas senão daqueles que lidam com esse mundo. Existe normalmente uma aceitação geral em torno da distinção estabelecida por David Hume na sua análise dos critérios do gosto, onde ele sublinha que se a excelência artística é matéria de opinião, certas opiniões têm mais peso do que outras, porque aqueles que as detêm possuem uma experiência maior

das obras e dos gêneros em questão, o que lhes permite operar discriminações mais sutis e fáceis de justificar (BECKER, 2010). No universo do cinema, temos as figuras do *crítico* e a dos *cinéfilos*.

Esta referência feita por Howard Becker a figura do *crítico* é muito pertinente com essa abordagem tardeana de formação de um público, pois é justamente a figura do *crítico* que irá mediatizar este processo. E este papel desempenhado pelo crítico – emitir uma *opinião pública* – só pode ser consolidado com o advento da imprensa. Pois nasce com a imprensa a primeira forma que temos de irradiação de uma mesma ideia num sentido muito amplificado. Vejamos esta relação entre o crítico e seu público:

“O público, portanto, reage às vezes sobre o jornalista, mas este age continuamente sobre seu público. Após alguns tentes, o leitor escolheu seu jornal, o jornal selecionou seus leitores, houve uma seleção mútua, portanto uma adaptação mútua. Um submeteu-se a um jornal de sua conveniência, que adula seus preconceitos ou suas paixões, o outro a um leitor de seu agrado, dócil e crédulo, capaz de ser dirigido facilmente mediante algumas concessões a suas ideias análogas às precauções oratórias dos antigos oradores. É de se temer o homem de um único livro, disseram; mas o que ele é comparado ao homem de um único jornal? E esse homem, no fundo, é cada um de nós, ou pouco quase. Eis o perigo dos novos tempos. Longe de impedir, portanto, que a ação do publicista seja finalmente decisiva sobre seu público, a dupla seleção, a dupla adaptação que faz do público um grupo homogêneo, bem conhecido do escritor e facilmente manejável permite-lhe agir com mais força e segurança” (TARDE, 1992:42).

A figura do crítico, a meu ver, é um dispositivo de manutenção de seu público em questão. Como não há copresença nas interações de um público, não há uma chamada para que se apresentem com frequência para renovarem seus vínculos, são necessários outros artifícios para a manutenção do público. O crítico é a figura com um elevado grau de valor-crédito ou valor-glória para determinado tipo de público. Portanto, é seu dever manter um público animado e pronto para reagir aos seus incitamentos.

Esse papel desempenhado pelo crítico adquiriu novos contornos com o passar do tempo. Há algumas décadas atrás, todos jornais e revistas

brasileiras tinham uma seção dedicada ao cinema com textos de críticos especializados.

Figura 36 – Painel de notas de filmes

FILMES EM CARTAZ	Celso Arnaldo	Eduardo Nova Monteiro	Flávio Manso Vieira	Flávio Marinho	José Guilherme Correa	José Haroldo Pereira	Valério Andrade	Wilson Cunha	Zevi Ghivelder
FANTASIA	—	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	***
AMADEUS	*****	***	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****
O HOMEM DAS ESTRELAS (SP)	—	****	****	***	—	***	****	***	—
DOM GIOVANNI (SP)	—	***	—	***	*****	****	**	***	****
O FEITIÇO DE ÁQUILA	—	—	***	***	—	***	***	***	—
HANNA K.	***	****	***	****	***	***	**	****	**
MINHAS DUAS MULHERES	***	—	**	***	—	**	***	****	***
A HISTÓRIA SEM FIM	**	***	***	***	***	***	***	***	***
CRISE DE CONSCIÊNCIA	—	**	**	***	**	*	**	***	**
ASAS DA LIBERDADE (SP)	****	*	****	***	**	*	**	****	***
007 NA MIRA DOS ASSASSINOS	**	**	**	**	**	**	—	*	****
AMOR E CIÚME (SP)	*	*	***	**	*	**	**	****	**

Cotações: ● ruim * fraco ** regular *** bom **** muito bom ***** excepcional

Fonte: revista Manchete publicada em 1985

“Assisto sempre os vídeos do Omelete e do Pipocando no YouTube. Tem filmes que vejo primeiro e depois vejo o vídeo deles sobre o filme. Outros eu assisto por indicação deles.” (Caio, homem, 26 anos, estudante)

“Eu vejo o canal da Carol Moreira, amo a visão que ela tem sobre o cinema. E também assisto Omelete, claro. Só que não vejo mais o Omelete como crítica de cinema, acho que o programa é hoje um entretenimento nos

mesmos moldes de um programa de televisão.” (Carlos, homem, 31 anos, cientista social)

O consumo massivo de entretenimento midiático data de décadas atrás, mas foi apenas recentemente que o controle do conteúdo programático saiu das mãos de conglomerados televisivos para o *mouse* do indivíduo de frente ao seu computador, *tablet* ou *smartphone*. Plataformas digitais de *streaming* como o YouTube e a Netflix vem remodelando – seguindo as inovações tecnológicas constantes - a forma como a indústria digital e física produzem e distribuem seus conteúdos (MATRIX, 2018). Segundo Sidneyeve Matrix (2018, p. 120):

Essa mudança tecnológica também tem grande impacto nas decisões da produção de programas de televisão, acordos de distribuição e estratégias promocionais. A crescente preferência do consumidor por serviços de streaming over-the-top (OTT) (em vez de pacotes de cabo) e vídeo sob demanda (em vez de visualização de compromissos) está causando um efeito disruptivo nas agendas, classificações, publicidade e assinaturas de televisão tradicionais⁴.

Apesar das recentes notícias do lançamento do serviço *premium* do YouTube⁵ em 2018, pesquisadores da plataforma afirmam que (BURGESS; GREEN, 2009, p. 21): “o YouTube desempenha uma função para os produtores de vídeo, atraindo a atenção para o conteúdo ao mesmo tempo em que oferece uma participação em dinheiro nas vendas de anúncios no site.”. Não obstante, há ainda a preocupação de grandes empresas televisivas norte-americanas testemunharem aumento na perda de assinantes com a expansão da popularidade e do alcance que canais do YouTube e empresas de *streaming* como a Netflix estão alcançando (BURROUGHS, 2018).

A origem do YouTube é uma das histórias que criaram e fortaleceram o mito dos empreendedores do Vale do Silício onde a maioria dos

⁴ Do original :” This technological shift also has widespread impact on television program production decisions, distribution deals, and promotional strategies. The growing consumer preference for over-the-top (OTT) streaming services (instead of cable bundles) and video on demand (instead of appointment viewing) is having a disruptive effect on traditional television scheduling, ratings, advertising, and cable subscriptions.”. Tradução nossa.

⁵ Conforme visto em:< <https://canaltech.com.br/software/youtube-music-e-premium-chegam-ao-brasil-a-partir-de-r-1690-123348/>>. Acesso em: 25 de Mai, 2020.

ingredientes está presente: jovens visionários; uma *startup* criada com poucas dezenas de dólares; e a vontade de criar uma ferramenta tecnológica baseada em princípios pessoais (BURGESS; GREEN. 2009). Em 2005, quando o YouTube foi criado, ele era um dentre alguns dos sites que tentavam facilitar o compartilhamento de vídeos na web com uma interface acessível aos seus usuários, onde era possível fazer o *upload* de vídeos sem grandes conhecimentos técnicos, navegar pelo site e assistir outros vídeos por *streaming*.

Apesar das limitações tecnológicas da época - seja pela estrutura das diferentes malhas de internet pelo mundo ou pelos navegadores -, o site não tinha limite de *uploads* para seus usuários, assim como criou funcionalidades que permitiam a criação de uma comunidade interna e, o mais importante de tudo, com a crescente ascensão dos serviços de *blogging* e *microblogging* no gosto do grande público, o YouTube oferecia a possibilidade de incorporar os vídeos do site nestas plataformas. Como os autores afirmam que “(...) exceto pelo limite de duração dos vídeos que podiam ser transferidos para o servidor, o que o YouTube oferecia era similar a outras iniciativas de vídeos on-line da época.” (idem, *ibid.* p. 18).

O site foi criado por três ex-funcionários do site PayPal, uma plataforma de serviços econômicos, em fevereiro de 2005 e não demorou muito para que a plataforma despontasse na internet como uma das mais acessadas do mundo, sendo comprada pela gigante tecnológica Google em novembro de 2006 por 1,65 bilhão de dólares⁶. De forma geral, existem três versões de diferentes pontos de vista que tentam explicar o sucesso colossal do site: uma vem da comunidade tecnológica, que remonta ao ano de sua criação, quando o YouTube foi destaque de um site de notícias tecnológicas para “nerds” que apontou os pontos fortes e fracos da plataforma (BURGESS; GREEN, 2009); outra vem de um dos criadores do site, Jawed Karim, que (GANNES *apud* BURGESS; GREEN. 2009. p. 19):

(...) afirma que o sucesso do site se deve à implementação de quatro recursos essenciais: recomendações de vídeos por meio da lista de “Vídeos Relacionados”, um link de e-mail que permite o compartilhamento de vídeos, comentários (e outras funcionalidades

⁶ Visto em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/YouTube>> . Acesso em 25 de Mai, 2020.

inerentes a redes sociais) e um reprodutor de vídeo que pode ser incorporado (embed) em outras páginas da internet.

A terceira versão do sucesso do site vem por motivos que a perseguiriam por toda a sua existência. Em dezembro de 2005, um programa da rede de televisão norte americana chamado *Saturday Night Live* exibe uma esquete de comédia onde dois moradores de Nova Iorque, claramente estereotipados como “nerds”, aparecem cantando um rap sobre assistir *Crônicas de Nárnia* e comer bolinhos (BURGESS; GREEN. 2009). Esse clipe de aproximadamente dois minutos foi enviado para a plataforma e teve, em seus primeiros dez dias *online*, um milhão e duzentos mil acessos, tornando-se o que pode ser considerado como o primeiro *hit* do site. Em fevereiro de 2006, a proprietária dos direitos autorais da esquete, a NBC Universal, exigiu que o site retirasse do ar não somente esse clipe – que a época já tinha cinco milhões de visualizações -, mas também outros quinhentos vídeos com conteúdo protegido por direitos autorais (BIGGS *apud* BURGESS; GREEN, 2009).

Independentemente da versão escolhida para explicar o sucesso do site, o fato é que o serviço foi listado, pouco mais de um ano e meio desde seu lançamento, pela revista *Time* como uma das melhores invenções do ano e o destacava por “criar uma nova forma para milhões de pessoas se entreterem, se educarem e se chocarem de uma maneira como nunca foi vista⁷.” Com uma justificativa diversificada como essa, há de se perguntar: qual a finalidade do YouTube? Entreter, educar ou espaço para divergências? Seria a plataforma apenas uma ferramenta digital que massificava a produção e/ou distribuição de conteúdo digital? Sobre isso, os autores expõem que (BURGESS; GREEN. 2009. p. 20):

(...) Embora a atenção dos primeiros usuários e da imprensa de massa tenha contribuído para impulsionar o serviço, a escalada do YouTube ocorreu em meio a uma névoa de incerteza e contradição sobre para que aquilo realmente servia. A missão aparente ou declarada do YouTube foi repetidamente transformada tanto pelas práticas corporativas como por sua utilização pela audiência.

⁷ Conforme visto em < <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1340903-6174-363,00.html>>. Acesso em 25 de Mai, 2020..

Em seus primórdios, o YouTube declarava, ao clicar no menu “Quem Somos?”, o seguinte (idem, *ibid.* p. 20):

Exiba seus vídeos favoritos para o mundo.

Faça vídeos de seus cães, gatos e outros bichos.

Publique em seu blog os vídeos que você fez com sua câmera digital ou celular. Exiba seus vídeos com segurança e privacidade aos seus amigos e familiares no mundo todo

... e muito, muito mais!

Apesar da aparente compatibilidade com o uso atual que seus usuários geralmente atribuem à plataforma, inicialmente o *slogan* do YouTube era “Seu Repositório de Vídeos Digitais”⁸, o que confirma o propósito técnico de armazenamento pessoal do site mas não é compatível com seu atual *slogan* “Transmita-se”⁹, que indica um espaço virtual para expressão pessoal (idem, *ibid.*). Assim (idem, *ibid.* p. 21):

Apesar da insistência de que o serviço se destinava ao compartilhamento de vídeos pessoais entre as redes sociais existentes (...), foi a combinação da popularidade em grande escala de determinados vídeos criados por usuários e o emprego do YouTube como meio de distribuição do conteúdo das empresas de mídia que agradou ao público.

Assim, temos uma plataforma virtual que possui desde os usuários amadores a grandes conglomerados produtores de mídia, que geram uma espécie de atrito nunca antes visto. Os usuários comuns do site, por muitas vezes, se incomodam com a intromissão dessas grandes indústrias – que também estão no YouTube – nos espaços que estes mesmos usuários consideram pertencer à comunidade e, por sua vez, esses mesmos conglomerados podem se incomodar “com seus papéis de meros participantes em um espaço no qual não exercem controle absoluto sobre a distribuição e a circulação de seus produtos culturais” (idem, *ibid.* p. 22).

Apesar da multiplicidade de usos que a plataforma pode ter, apesar da heterogeneidade de seus usuários e, conseqüentemente, de seus

⁸ Do original: “Your Digital Video Repository”. Tradução nossa.

⁹ Do original: “Broadcast Yourself”. Tradução nossa.

conteúdos, - ou principalmente por isso -, “(...) várias formas de valores culturais, sociais e econômicos são produzidos coletivamente *en masse* pelos usuários, por meio de suas atividades de consumo, avaliação e empreendedorismo” (BURGESS; GREEN, 2009. p. 23). Portanto, justamente por sua especificidade, “(...) para o YouTube, a cultura participativa não é somente um artifício ou um adereço secundário; é, sem dúvida, seu principal negócio” (idem, *ibid.* pp. 23).

Diferente dessa cultura participativa vista acima, a plataforma de *streaming* Netflix possui outras características e peculiaridades. Ainda que seja possível afirmar que exista uma lógica das empresas de *streaming* quando Benjamin Burroughs afirma que “(...) As empresas de streaming passaram a incorporar o poder estratégico das empresas de Internet (a tática da audiência rearticulada como estratégia), que está se chocando com outros regimes de poder corporativo¹⁰.” (BURROUGHS, 2018. p. 1), a Netflix encontra lugar próprio na influência e pressão que está exercendo na indústria como um todo quando começa a competir com a indústria televisiva ao mudar seu formato de apresentação nesta direção “A mudança da Netflix para a produção televisiva gerou bolsas de estudos para a mídia, especialmente porque a Netflix fez uma virada crucial na programação original, que inclui títulos como *House of Cards* e *Orange Is the New Black*.¹¹” (BURROUGHS, 2018. p. 4). Ainda como afirma outro pesquisador (MATRIX, 2014. p. 120):

A Netflix adotou a marca própria com o slogan "a principal rede de televisão da Internet do mundo", com executivos da empresa frequentemente se referindo à empresa como líder em "televisão pela Internet". Isso não é sem propósito. Certamente, a Netflix está chamando a atenção dos principais estúdios, empresas de TV a cabo e da indústria da mídia como um todo com esse tipo de declaração bombástica. Mais precisamente, o termo "televisão na Internet" aponta para diferentes preços e lógicas emergentes da

¹⁰ Do original: “Streaming companies have come to embody the strategic power of Internet companies (the audience tactic re-articulated as a strategy), which are butting heads with other regimes of corporate power”. Tradução nossa.

¹¹ Do original: “Netflix’s shift into televisual production has sparked media studies scholarship, especially as Netflix made a pivotal turn toward original programming, which includes titles such as *House of Cards* and *Orange Is the New Black*.”

*indústria - é tudo televisão, mas o Netflix e os serviços de streaming querem ser sua televisão*¹².

A Netflix é uma provedora global de filmes e séries fundada em 1997 na Califórnia por Reed Hastings e Marc Randolph que também faz parte do *hall* de empresas inovadoras saídas da Califórnia e se descreve como:

(...) o principal serviço de entretenimento por streaming do mundo. São 183 milhões de assinaturas pagas em mais de 190 países assistindo a séries, documentários e filmes de diversos gêneros e idiomas. O assinante Netflix pode assistir a quantos filmes e séries quiser, quando e onde quiser, em praticamente qualquer tela com conexão à internet. O assinante pode assistir, pausar e voltar a assistir a um título sem comerciais e sem compromisso¹³.

Inicialmente a empresa presta um serviço de entrega de DVD pelo correio, expandindo sua rede de negócios para o sistema streaming em 2007¹⁴. A plataforma vem investindo de forma maciça em conteúdo próprio ao invés de ser apenas difusora de mídia alheia, e isso pode ser visto nos investimentos financeiros da empresa¹⁵, que em 2016 tinha planos de ter pelo menos cinquenta por cento de seu catálogo composto de produções originais¹⁶. De acordo com notícias não tão recentes, parece que os investimentos e planos feitos no passado produziram frutos bem suculentos, visto que a empresa conseguiu ultrapassar em maio de 2018 a *The Walt Disney Company* como a empresa de maior valor de mercado no mundo¹⁷.

¹² Do original: “Netflix has taken to branding itself with the tagline “the world’s leading Internet television network,” with company executives often referring to the company as a leader in “Internet television.” This is not without purpose. Certainly, Netflix is commanding the attention of the major studios, cable companies, and the media industry as a whole with these kinds of bombastic declarations. More precisely, the term “Internet television” points to differing affordances and emergent industry logics—it is all television, but Netflix and streaming services want to be your television.”. Tradução nossa

¹³ Visto em: <https://about.netflix.com/pt_br>. Acesso em: 25 de Mai, 2020.

¹⁴ Visto em: <<https://en.wikipedia.org/wiki/Netflix>>. Acesso em 25 de Mai, 2020.

¹⁵ Visto em: <<https://www.usatoday.com/story/life/tv/2016/01/17/netflix-chief-bulks-up-series-600-hours/78931816/>>. Acesso em: 25 de Mai, 2020.

¹⁶ Visto em: <<https://variety.com/2016/digital/news/netflix-50-percent-content-original-programming-cfo-1201865902/>>. Acesso em: 25 de Mai, 2020.

¹⁷ Visto em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/netflix-passa-disney-e-vira-empresa-de-midia-com-maior-valor-de-mercado.ghtml>>. Acesso em: 25 de Mai, 2020.

Como anteriormente dito, a empresa deu uma guinada na direção de produção televisiva com o lançamento de séries próprias, mas o ponto mais interessante e talvez o que tenha causado a revolução definitiva na experiência dos assinantes do serviço é o lançamento de todos os episódios da temporada anual de seus programas sem nenhum tipo de propaganda paga. O protocolo adotado pelos conglomerados de televisão é o lançamento semanal das temporadas de suas produções. Ao mudar radicalmente a experiência do usuário através de uma superexposição ao conteúdo, a plataforma, a Netflix aumenta drasticamente o tempo que o assinante utiliza os seus serviços. Uma das consequências dessa mudança pode ser observada no depoimento recolhido por um pesquisador (MATRIX, 2014. p. 129): “24 !!!!!!! Foi o pior, você apenas TINHA que tocar o próximo episódio, na próxima hora e, de repente, um dia desapareceu da sua vida :) Então você terminou uma temporada e TINHA que ir para a próxima. . . terrível, mas incrível¹⁸.”. Ainda de acordo com o autor (idem, ibid. 120):

Com seu inventário extenso de programas de TV e filmes, a experiência de exibição sem comerciais e entrega contínua de episódios "pós-reprodução", a Netflix está mudando as expectativas dos espectadores sobre o que, como e quando assistem TV. Como resultado, os espectadores, sem surpresa, estão assistindo mais televisão, inclusive em doses cada vez maiores.

Não obstante, uma das consequências dessa nova forma de consumir entretenimento virtual pode ser descrita da seguinte forma (idem, ibid. pp. 120):

Como uma parcela maior da audiência da TV consome mais programas de TV via Netflix e outros serviços OTT, alguns críticos argumentam que essas práticas de consumo interferem nos efeitos de unificação cultural (...) que unem as pessoas através de experiências compartilhadas e mediadas em massa¹⁹.

¹⁸ Do original: “24!!!!!!! It was the worst, you just kept HAVING to play the next show, next hour, and then all of a sudden a day disappeared from your life :) Then you finished a season and HAD to go get the next . . . terrible but awesome.”. Tradução nossa.

¹⁹ Do original: “As a larger share of the TV audience consumes more TV shows via Netflix and other OTT services, some critics argue that such consumption practices interfere with the

Mas o caso da Netflix pode ser um pouco diferente ainda segundo o mesmo autor, que afirma que o efeito produzido pela mesma é centrípeto, aproximando os indivíduos conectados virtualmente ou não (MATRIX, 2014). Esse fato pode gerar um fenômeno específico ainda segundo o autor, que abrevia como “MDP” ou “Medo de Perder”²⁰, que pode ser resumido como um receio de não estar atualizado com os acontecimentos mais recentes da série popular (idem, ibid). Justamente pelo fato da plataforma lançar todos os episódios de uma temporada simultaneamente, algumas pessoas podem assistir cinco temporadas de uma série como *Breaking Bad* no espaço de uma semana. Porquê? “Por causa do medo de ser a única pessoa que não assistiu ao programa e, portanto, de ser incapaz de participar da comunidade de fãs e de conversas, online e offline.”²¹ (idem, ibid. p. 128-129).

“Eu não vou negar que adoro ficar olhando o catálogo da Netflix sem parar. Tem vez que nem assisto filme algum, gosto de ficar olhando os lançamentos, vendo as sinopses, jogando no google o nome dos filmes e das séries.” **(Júlia, mulher, 31 anos, mestranda de Políticas Sociais)**

“Netflix serve também pra muita gente usar de fachada nos finais de semana de que está fazendo alguma coisa. Ou nada, né? Acredito que quem poste isso no Facebook esteja pensando que cool dizer que sou de ficar em casa e vou maratonar uma série. Mas pra mim ela é só mais um face sendo levado a postar algo. Nem sempre acontece nada daquilo.” **(Victor, homem, 23 anos, estudante)**

Os efeitos da anteriormente citada ‘unificação cultural’ – que neste ponto são totalmente diferentes das formas tradicionais - podem ser vistos quando o espectador, após assistir toda a temporada lançada de sua série favorita em uma plataforma de *streaming* como a Netflix, vai às suas redes

cultural unification effects (...) that bond people through shared, mass-mediated experiences.”. Tradução nossa.

²⁰ Do original: “FOMO”, que significa “fear of missing out”. Tradução nossa

²¹ Do original: “Because of a fear of being the only person who had not seen the show and thus of being unable to participate in the fan community and conversations, online and off.”. Tradução nossa.

sociais como *Facebook* e *Twitter* e debate sobre a mesma com outros fãs (MATRIX, 2014). Ainda segundo o mesmo (idem, ibid. p. 124):

Para espectadores adultos, a escolha de passar uma noite ou um fim de semana colado na tela, imerso em consumir vários episódios ou até uma temporada inteira de programas de televisão ao mesmo tempo, é enquadrado como um "prazer culposos" ou um "segredo sujo" não muito diferente devorando comida de lanche.²²

O artigo científico publicado pelo autor leva em consideração as faixas etárias dos espectadores, diferenciando os impactos e comportamentos que jovens e adultos possam ter ante à exposição com a plataforma de *streaming*. A geração que consumia entretenimento como séries e filmes *pre-streaming* conhece muito bem a espera de alguns dias entre o lançamento de um episódio e outro ou, em outros casos, a decepção da espera do novo episódio quando no dia e hora da estreia a pessoa testemunha o primeiro episódio de uma reprise indesejada. Uma afirmação da diretora de programação da Amazon Estúdios consegue explicitar exatamente isso, quando ela afirma que de crianças à adolescentes, esses espectadores criaram grandes expectativas sobre a disponibilidade de os episódios de seus programas favoritos a qualquer momento, não conhecendo um mundo onde você precisa esperar pelo próximo episódio (idem, ibid). O “efeito Netflix” pode ser descrito também da seguinte forma (idem, ibid. p. 131):

A crescente preferência do público por maratonas de TV sem comerciais consecutivamente está influenciando as estratégias de roteiro e marketing para as novas e futuras temporadas de programas existentes em pelo menos três níveis. Primeiro, de acordo com os críticos de TV e os showrunners, o efeito Netflix leva a uma narrativa mais serializada, em termos de programas com tramas mais complicadas, cheias de pistas e mistérios incorporados que exigem que os espectadores se debruçam sobre as minúcias dos episódios.²³

²² Do original: “For adult viewers, the choice to spend an evening or a weekend glued to the screen, immersed in consuming multiple episodes or even an entire season of television programs at once, is framed as a ‘guilty pleasure’ or a ‘dirty secret’ not unlike gorging on snack food”. Tradução nossa.

²³ Do original: “The public’s growing preference for back-to-back, commercial-free TV binges is influencing both screenwriting and marketing strategies for new and upcoming seasons of existing shows on at least three levels. First, according to TV critics and showrunners, the Netflix effect leads to more heavily serialized storytelling, in terms of shows featuring more complicated plot lines filled with embedded clues and mysteries that require viewers to pore over the minutiae of episodes”. Tradução nossa.

O autor argumenta que um segundo nível desse efeito seria o próprio formato das séries está sendo remodelado do tradicional de vinte e dois episódios para uma faixa entre dez e doze anos graças a curta atenção que os espectadores apresentam (MATRIX, 2014). O terceiro e último é a seletividade que os produtores das indústrias televisivas utilizam na escolha de que seriado entrará em seu catálogo e qual não com base em quão propício o espectador vai maratona a série. De acordo com o autor, para incluir a quarta temporada da série *Arrested Development*, a empresa abriu mão de dois mil títulos da MTV e Nickelodeon através desse “filtro” (idem, ibid). Portanto, concluindo o pensamento, o pesquisador afirma que (idem, ibid. p. 133):

(...)À medida que se torna mais culturalmente admissível, os espectadores jovens e idosos experimentam e desfrutam de uma exibição compulsiva, principalmente na Netflix, onde o espectador de maratona não é apenas incentivado, mas é o modo de consumo padrão. Longe de ser passatempo, no entanto, os espectadores compulsivos estão envolvidos ativamente na descoberta e curadoria de conteúdo, configurando uma programação de televisão altamente personalizada e iniciando uma transformação produtivamente disruptiva nas relações com o programa de visualização.²⁴

Apesar de não fazer parte originalmente dos assuntos que seriam abordados neste trabalho, o período de elaboração desta tese me levou a refletir sobre o impacto que a atual pandemia mundial do vírus Covid-19 está tendo nos indivíduos e seu consumo de entretenimento, principalmente séries e filmes no formato *streaming*. Como um todo, o setor de entretenimento está sendo seriamente afetado pelas políticas sanitárias públicas de isolamento social adotadas em praticamente todo o planeta (MOON, 2020). Diversas casas de cultura, museus, salas de teatro e cinema tiveram que fechar suas portas para que a disseminação do vírus diminua e

²⁴ Do original: “As it becomes more culturally permissible, viewers young and old are experimenting with and enjoying binge viewing, chiefly on Netflix, where marathon spectatorship is not only encouraged but is the default consumption mode. Far from being passive couch potatoes, however, binge viewers are actively engaged in content discovery and curation, configuring highly customized television programming, and ushering in a productively disruptive transformation in viewerprogram relations.”. Tradução nossa.

vidas humanas sejam poupadas. Enquanto diversas pessoas fazem o isolamento obrigatório ou voluntário em suas residências, shows, produções cinematográficas, apresentações teatrais e premiações conhecidas como Festival de Cannes foram cancelados ou adiados (idem, ibid). Apesar dos pesares, é também necessário salientar que as adversidades trazidas pelo vírus também fizeram com que diversos setores se adaptassem. Um exemplo disso é a Orquestra de Nova Iorque que atualmente faz apresentações via *streaming* em plataformas como Vimeo e YouTube (MOON, 2020).

Não é objetivo deste trabalho discorrer sobre todos os impactos que a pandemia está tendo no cenário artístico nacional e internacional, até mesmo pelo fato de que o objetivo por si só é impossível no momento em que nos encontramos, seja pela incompletude do cenário como um todo, ou por não haver ainda estudos acadêmicos suficientes para termos uma base científica sólida para, a partir daí, desenvolvermos a análise. Dito isso, apesar da escassez de publicações acadêmicas, através de outras fontes podemos tirar algumas poucas conclusões sobre o impacto da pandemia no audiovisual até agora.

Ao analisar um documento oficial da empresa Netflix – uma carta aberta para seus acionistas datada de Abril de 2020 -, em que consta os dados oficiais de novas assinaturas trimestrais e outras informações, se compararmos o primeiro trimestre de 2019 e o mesmo período em 2020, podemos ver um expressivo crescimento de novas assinaturas²⁵. De forma geral, ao compararmos os dados disponíveis de 2019, podemos ver uma diminuição do número de novas assinaturas, seguido por um aumento nesses primeiros meses de 2020. Sobre isso, a Netflix informa aos seus acionistas²⁶:

Existem três efeitos principais em nosso desempenho financeiro da crise. Primeiro, nosso crescimento de associados acelerou temporariamente devido ao confinamento em casa. Segundo, nossa receita internacional será menor do que o previsto anteriormente

²⁵ Disponível em: <https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2020/q1/updated/FINAL-Q1-20-Shareholder-Letter.pdf>. Acesso em: 27 de Mai. 2020.

²⁶ Idem, ibid. pp. 3.

devido ao aumento acentuado do dólar. Terceiro, devido ao desligamento da produção, alguns gastos com conteúdo serão adiados, melhorando nosso fluxo de caixa livre e alguns lançamentos de títulos serão adiados, normalmente em um quarto.²⁷

Apesar de parecerem boas notícias, no mesmo documento a Netflix afirma que deseja que os governos “levantem” o isolamento social em breve, e que possivelmente haverá queda nos números de novos assinantes e visualizações diárias²⁸. Ainda é cedo para fazermos qualquer tipo de afirmação sobre os resultados definitivos do delicado momento em que nos encontramos, mas uma coisa é certa: a crise sanitária e social que estamos passando irá alterar profundamente a indústria do cinema de formas e profundidades ainda desconhecidas.

²⁷ Do original: “There are three primary effects on our financial performance from the crisis. First, our membership growth has temporarily accelerated due to home confinement. Second, our international revenue will be less than previously forecast due to the dollar rising sharply. Third, due to the production shutdown, some cash spending on content will be delayed, improving our free cash flow, and some title releases will be delayed, typically by a quarter. More on each of these three effects below.”. Tradução nossa.

²⁸ Idem, *ibid.*

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência do homem com cinema fora o ponto de partida nesta pesquisa que visava investigar os elementos utilizados pelo homem para alcançar uma experiência cinematográfica satisfatória de acordo com os seus interesses.

Em uma abordagem teórica baseada nas principais ideias do sociólogo francês Gabriel Tarde e do filósofo norte-americano John Dewey, tentei aproximar esses dois teóricos a partir de muitas recorrências observadas por mim em suas teorias. Ambos autores tentam romper com o dualismo entre empirismo e racionalismo, e rebatem com o conceito de experiência e opinião o indivíduo com um conhecimento fechado e acumulado ao longo da vida.

Fora estabelecida uma metodologia que fosse capaz de aliar o modelo de conversação proposto por Gabriel Tarde com um desenho metodológico que permitisse que atores sociais assistissem a diversos filmes escolhidos por eles próprios. E uma observação nas redes sociais e mídias tradicionais sobre acontecimentos envolvendo o cinema durante o período do meu doutoramento.

A partir das ações estabelecidas pelos atores sociais nesta pesquisa, foi possível acompanhar as formas de ligação que os mesmos estabelecem para o uso do cinema. Categorizei esses elementos que fazem a mediação na experiência cinematográfica como: os valores envolvidos nas

qualificações de filmes, indivíduos e ações do cotidiano; os filmes em si, como estão a circular por muitos tipos de público e nem sempre precisam ser vistos para demonstrar actância no debate público; os muitos públicos aos quais os atores sociais pertencem e de ordens diversas; o corpo dos atores sociais em interação com outros humanos em situações que envolvam o cinema; por fim, que são necessários muitos objetos para que a experiência cinematográfica aconteça, como os dispositivos de exibição e até mesmo uma pipoca.

Algumas considerações são possíveis de serem descritas após observação do comportamento dos atores sociais em relação direta com o cinema, como o multipertencimento de públicos que os atores mobilizam para orientarem suas ações, que muitas das vezes, não são públicos do universo cinematográfico a manipular o uso de filmes em acontecimentos no espaço público; as relações estabelecidas a partir das moralidades construídas em diversos tipos de públicos; o importante papel atribuído à opinião pública na promoção e manutenção de determinados tipos de públicos.

Uma questão fundamental que essa investigação tornou possível foi como a própria experiência cinematográfica é um valor a ser mensurado. Formas de uso do cinema possuem maior valor que outras, como para parte do público cinéfilo, o uso da Netflix como uma experiência inferior a uma experiência obtida numa sala de exibição. E irá depender do ambiente ou cenário que o cinéfilo se encontre para que o filme seja considerado bom ou ruim. Os ambientes impõem certas exigências à experiência cinematográfica que atraem cinéfilos em busca de satisfazer as expectativas e interesses de seu consumo.

Diante destas constatações, mostrou-se a interpenetração de opiniões e experiências de diferentes tipos de público para a orientação das práticas dos indivíduos que dão significado à vida cotidiana.

REFERENCIAL TEÓRICO

BAZIN, André. O que é o cinema?, São Paulo: Brasiliense, 1981.

BECKER, H. A história de vida e o mosaico científico. IN: Métodos de pesquisa em ciências sociais. São Paulo: Hucitec, 1999.

BOURDIEU, P. A ilusão biográfica. In: AMADO, J.; FERREIRA, M. M. Usos & abusos da história oral. 8. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BOURDIEU, Pierre. A distinção: crítica social do julgamento. Porto alegre: Zouk, 2007.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. YouTube e a Revolução Digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. 2009.

BURROUGHS, Benjamin. House of Netflix: Streaming media and digital lore. DOI: 10.1080/15405702.2017.1343948. 2018.

DELEUZE 1989 abecedario DELEUZE, G. e GUATTARI, F. 1997. Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia. Vol. 5. Rio de Janeiro: Ed. 34.

DELEUZE, G. e GUATTARI, F. s/d. [ed. original: 1972] O Anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia. Lisboa: Assírio & Alvim

DELEUZE, G. Pourparlers. Paris: Les Éditions de Minuit, 1990.

- DELEUZE, Gilles. Empirismo e subjetividade. São Paulo, 34, 2001.
- DERRIDA, Jacques. Margens da Filosofia. Campinas: Papyrus, 1991.
- DEWEY, John. A Filosofia em Reconstrução. Tradução Eugênio Marcondes Rocha. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1958.
- DEWEY, John. Democracia e Educação. Tradução Godofredo Rangel e Anísio Teixeira. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1936.
- DEWEY, John. Experiência e Educação. 3. ed. Tradução Anísio Teixeira. São Paulo: Editora Nacional, 1979.
- DEWEY, John. Liberalismo, liberdade e cultura. Tradução Anísio Teixeira. São Paulo: Editora Nacional e Editora da USP, 1970.
- GOFFMAN, E. A Representação do Eu na Vida Cotidiana. 8ª Ed. Petrópolis: Ed. Vozes, 1999.
- GOFFMAN, Erving. Comportamentos em Lugares Públicos – Nota sobre a organização social dos ajuntamentos. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.
- GOFFMAN, E. Estigma: Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara, 1988.
- HUME, David. Tratado da natureza humana: uma tentativa de introduzir o método experimental de raciocínio nos assuntos morais. Tradução de Deborah Danowski. São Paulo: UNESP, 2001.
- HUME, David. Investigações sobre o entendimento humano e sobre os princípios da moral. (Trad. José Oscar de Almeida Marques). São Paulo: Editora UNESP, 2004.
- LAZZARATO, Maurizio. As Revoluções do Capitalismo. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2006.
- MATRIX, Sidneyeve. The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends. Jeunesse: Young People, Texts, Cultures, vol.6, pp. 119-138. 2014.
- MOON, Sara. Effects of COVID-19 on the Entertainment Industry. IDOSR JOURNAL OF EXPERIMENTAL SCIENCES, vol. 5. Pp. 8-12. 2020.
- TARDE, Gabriel. A opinião e as massas. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

TARDE, Gabriel. La Croyance et le Désir. In: Essais et Mélanges Sociologiques, 1980.

TARDE, Gabriel. Les Lois de l'Imitation. Paris, Félix Alcan, 1890.

TARDE, Gabriel. La Logique Social. Paris, Félix Alcan, 1895.

TARDE, Gabriel. Les Lois Sociales – Esquisse d'une Sociologie. Paris, Félix Alcan, 1898.

TARDE, Gabriel. Les Transformations du Pouvoir. Paris, Félix Alcan, 1898.

TARDE, Gabriel. Monadologia e sociologia – e outros ensaios. São Paulo, Cosac Naify, 2007.

THEMUDO, Tiago Seixas. Gabriel Tarde- Sociologia e subjetividade. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

VARGAS, Eduardo Viana. A microssociologia de Gabriel Tarde. Revista de Ciências Sociais, 27, 1995.

