

# Cinematografando o Consumo: as narrativas e as práticas culturais dos clientes de videolocadoras de Natal (RN)\*

Jochen Mass Xavier Gomes

## Índice

Agradecimentos . . . . .	3
Introdução . . . . .	8
1 Novos Cenários de Consumo: repensando a cultura de consumo a partir dos consumidores de filmes em videolocadoras	16
1.1 Produção de sentido na cultura de consumo . . . . .	17
1.2 A mobilização de reflexividade, cognoscitividade e criatividade pelos consumidores de filmes . . . . .	21
2 Cinematografando o Campo de Consumo nas Locadoras de Filmes – as práticas culturais dos consumidores de filmes em Natal – RN . . . . .	25
2.1 Nos bastidores do consumo de filmes em videolocadoras . . . . .	26
2.2 Fora dos bastidores: os hábitos culturais dos clientes das videolocadoras . . . . .	29
2.3 A cultura de consumir filmes legendados e dublados: a relação entre capital cultural e capital econômico . . . . .	37
2.4 O que os filmes suscitam no público de videolocadoras de: “encantamento ou desencantamento?” . . . . .	47
2.5 Nota introdutória as narrativas dos consumidores de filmes	52

---

\*Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, na área de concentração: Cultura e Representações, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais, sob a orientação do Prof.º Dr.Edmilson Lopes Júnior.

3	Uma “Janela” para o Mundo: magia, criação e interpretação das narrativas . . . . .	58
3.1	Metáforas e narrativas: modos de imaginar o cotidiano . . .	59
3.2	Visões de mundo: o “olhar” das narrativas . . . . .	60
3.2.1	Entre o mundo real e o imaginário: passeando no mundo da “matrix” . . . . .	60
3.2.2	A falsificação do “real” a partir do filme “prenda-me se for capaz” . . . . .	63
3.2.3	“Cidade de deus” – filme x realidade: quando as narrativas falam do real . . . . .	64
3.2.4	O universo mitológico: a saga de “o senhor dos anéis” . . .	69
3.2.5	Vidas imaginadas: quando me identifiquei com o “prisioneiro” . . . . .	74
3.2.6	A questão cultural no filme “o último samurai” . . . . .	78
3.2.7	O aquecimento global: ontem, hoje e amanhã . . . . .	80
	Considerações finais . . . . .	82
	Referências . . . . .	85
	Apêndice . . . . .	89

## Agradecimentos

Meus agradecimentos percorrem uma série de pessoas que fizeram parte deste longo, árduo, cuidadoso e prazeroso processo de construção científica. Mesmo distantes e presentes, agradeço a todos com grande prazer por fazer parte dessa aventura cinematográfica. Bem-vindos a essa aventura cinematográfica.

Antes de agradecer aos que fizeram parte desta jornada, quero aqui dedicar um pouco deste trabalho a memória dos meus avós maternos e paternos. Mas, meus agradecimentos são com todo carinho a minha família pelo incentivo que me deram a continuar nessa jornada acadêmica iniciada há um tempo não muito distante, onde comecei a dar meus primeiros passos nas ciências sociais. Agradeço a meu pai Francisco e a minha mãe Alba em especial, e aos meus irmãos Lindemberg, Alaine e Kateline pela compreensão e apoio quando estavam distantes ou nos poucos momentos que estávamos juntos.

Agradeço também, as minhas tias: Vera, Gorete, Albetiza e em especial, a Maria das Graças por está mais perto, pelo seu carinho dedicado a minha pessoa e pelo seu apoio, e minha outra tia Maria; aos meus tios, lembro nesse momento a Toinho e sua companheira Auxiliadora, e a Dandão e Carlitos por não estarem mais aqui. Aos meus primos John, Neuma e seu companheiro Dagmá, Enaithe, Gessomara, Jussara, afinal, a eles todos. Agradeço aos amigos e amigas da comunidade de Melancias, Apodi-RN, lugar de minha origem. Aqui, quero agradecer aos professores, da *Escola Sebastião Gomes de Oliveira* com quem convivi por um tempo exercendo a profissão de professor, antes de chegar até aqui, pelo incentivo e ajuda. E também, a Xavier conterrâneo e companheiro das ciências sociais de longa data pelo incentivo e suas dicas. Não esquecendo outros conterrâneos como: Rita, Nino, Ulisses, Isaias, William e suas irmãs, agradeço por me acolher em sua casa durante um tempo. Vou lembrar sempre da ajuda de vocês todos.

A Iolanda, Augusto, Larissa, Neto e Noemia por fazer parte desse chegar até aqui. Em especial, a Noemia, companheira de longo tempo que me acompanha desde a graduação, agradeço com carinho por está sempre presente nas discussões e pelas sessões e diálogos cinematográficos compartilhados. A companheira de longa data também, Viviana.

A doce e adorável Carol por fazer parte da minha vida, pelos seus

carinhos, as sessões de cinema juntos e as conversações cinematográficas, e a amiga Priscila.

A CAPES por ter me concedido uma bolsa de estudo, um sonho que se tornou real. A UFRN por conceder seu apoio institucional através da assistência estudantil por acolher-me na residência de pós-graduação, um espaço de moradia e convivência onde se construiu uma rede de amizades, coletividades e individualidades. Um lugar encarado para alguns como um espaço meramente de dormida. Mas, uma espécie de casa e família onde se apreende valores de compreensão de si e dos outros. Esse tempo de experiência constrói sentidos e significados que ficarão no tempo e no espaço, mas que podem se perderem nesse mesmo espaço-tempo. Amigos vão e vem, mas alguns permanecem marcantes em nossas memórias.

Aqui, agradeço aos amigos e colegas, e suas visões da Antropologia, Ciências Sociais, Filosofia, Geografia, História, Pedagogia, Serviço Social, Linguística, Administração Biologia, Geociências, Química, Engenharia Elétrica, Engenharia de Mecânica, da residência de pós-graduação pelos momentos memoráveis e únicos que passamos regados a conversas, discussões, brincadeiras, festas e as saídas para os bares para comemorar e refletir sobre nós mesmos e mundo. Em especial, as figuras de Antônio Henrique pelas brincadeiras, a Francisco companheiro de reflexões e das causas perdidas, ao companheiro de quarto Alcides por não gostar de assistir filmes, mas por escutar e compartilhar minhas loucuras, pela ajuda, as brincadeiras e as reflexões cotidianas. Aos conterrâneos Carlin pelas reflexões e as loucuras das ciências sociais e a Elvis, companheiro de longa data. A Luis Ferreira, Otoniel, ex-companheiro de quarto, aos demais companheiros: José Alves, Jader, Marcio, Alberani, Sebastião, Luis Eduardo, Chagas, Wagner, Jorge, Cezinaldo, Rubens, Jássio. As companheiras: Shelda, Rose, Maria José, Alcineia, Sheila, Conceição, Lidiane, Socorro, Lígia, Dalva, Suelly, Ana Lia. A Mirian, Auxiliadora, Olívia e Crígina.

Ao amigo e colega Luis Carlos pelos diálogos cinematográficos, as indicações e sua ajuda. Ao amigo Túlio pelas brincadeiras.

Aos professores, figuras importantes nesse caminhar, João Emanuel, Alex Galeno, Orlando de Miranda, Alípio, Edmilson Lopes Júnior pelas aulas iniciais na UERN e no segundo momento na UFRN. Em especial,

a Edmilson por me orientar e pela liberdade de viajar nessa jornada cinematográfica.

As locadoras de filmes por ter gentilmente cedido seus espaços para pesquisar. Aos entrevistados por se disponibilizarem a ser entrevistados nos espaços das locadoras e fora delas.

Quero agradecer também, as trilhas sonoras do filme Cinematografando o Consumo *Conan – O Bárbaro* (de tanto escutar meu colega já não suportava) por ter me proporcionado viagens de inspiração nos momentos de escrita. Nesse longo processo, outras trilhas fizeram parte como: as trilhas de Cinematografando o Consumo *Star Wars, Missão Impossível, Rambo, A Pantera Cor-de-Rosa, Superman, Blade Runner – O Caçador de Andróides, Indiana Jones, A Família Addams, James Bond, Alien, Tubarão, Jornada nas Estrelas, O Poderoso Chefão* entre outras.

Contudo, agradeço especialmente a experiência com o cinema por permitir estudar um pouco da chamada sétima arte, algo que nem imaginava pesquisar, mesmo assim, é hoje paixão e experiência de vida.

*Todos os atores sociais, é possível dizer-se com correção, são teóricos sociais que alteram suas teorias à luz de suas experiências e são receptivos à informação que chega, a qual pode ser por eles adquirida ao fazerem isso. A teoria social não é, em absoluto, a província especial e isolada de pensadores acadêmicos. Entretanto, os atores leigos estão em geral preocupados, sobretudo, com a utilidade prática do “conhecimento” que eles aplicam em suas atividades cotidianas, e pode haver características básicas da organização institucional da sociedade (incluindo a ideologia, mas não limitadas a ela) que restrinjam ou distorçam o que consideram ser conhecimento.*

Giddens

### Resumo

O presente trabalho é um exercício de análise das práticas culturais relacionadas ao consumo de filmes pelos clientes de videolocadoras da cidade de Natal (RN). Tendo por suporte uma sociologia da prática, especialmente aquela que se desdobra a partir das obras seminais de Anthony Giddens e Pierre Bourdieu, buscamos, a partir da apreensão das narrativas construídas por esses atores dos filmes a que assistem, apontar como eles constroem exercícios de reflexividade e criatividade na recepção de obras comumente identificadas como produtos da chamada “cultura de massas”. Esse caminho nos possibilita, seguindo as indicações de Nestor Garcia Canclini, estudioso da recepção no contexto latino-americano, construir, e, de algum modo comprovar, a hipótese de que o consumo também “serve para pensar”. Para chegar a esse resultado, realizamos uma pesquisa de campo que se serviu de instrumentos e técnicas tanto quantitativos quanto qualitativos. Após a análise dos dados, chegamos à conclusão de que o consumo de filmes tidos como “comerciais” e como produtos pouco nobres no âmbito da produção cultural, também impulsiona exercícios de criatividade e reflexividade social.

**Palavras-chave:** Cinema. Consumo. Narrativas. Videolocadoras.

### Abstract

The present work is an exercise of analysis of cultural practices related to movie consume by the clients of video rental stores in Natal city (Rio Grande do Norte, Brazil). With sociology of practice as support, especially that one which develops from the seminal works of Anthony Giddens and Pierre Bourdieu, we have searched, from the apprehension of the narratives build up by these actors from the movies they attend, to point the way they build exercises of reflexivity and creativity in the reception of works commonly identified as products of the so called “mass culture”. This path allows us, in the steps of Nestor Garcia Canclini, researcher in reception within Latin-American context, create and, somehow confirm the hypothesis that consume is also “useful for thinking”. In order to get to this result, we have carried out a camp research that used instruments and techniques both quantitative and qualitative. After the data analysis we came to the conclusion that consume

of movies taken as “commercial” type and as not very noble in the environment of cultural production, also impels exercises of creativity and social reflexivity.

**Key-words:** Cinema. Consume. Narratives. Movie Rental.

## Introdução

*Por semelhança à vida real, o cinema mostra-nos muitas vezes algo que nos é próximo e que por derivação identificamos como nosso. As emoções misturam-se e a dado momento o espectador passa a protagonista, transpondo para a sua vida quotidiana a história que o realizador lhe oferece. De fato, quantas vezes já não nos deparamos com situações em que um filme nos faz ver a nossa vida – simples e anônima – de outra forma? A monotonia parece absurda, o que é errado passa a ser certo e sem darmos conta queremos ser Bonnie and Clyde, Mickey e Mallory de “Natural born killers” ou Vivian Ward, a prostituta encarnada por Julia Roberts em “Pretty Woman”. Violência, finais felizes, doenças graves, o adultério e a morte são temas que habitualmente tocam mais facilmente o espectador. Sentados na sala, o efeito catártico das imagens permite a passagem da atitude reflexiva a uma atitude mais existencial que muitas vezes se mantém para lá da apresentação do filme.*

Cordeiro

**Q**UEM NUNCA SE IDENTIFICOU ou se emocionou com os filmes e seus personagens? E quem não narrou às histórias dos filmes? Por que alugamos filmes ou vamos ao cinema? Vamos ao cinema, alugamos filmes e os vemos pela TV. E, não raro, nos identificamos com os personagens ou sonhamos com as suas trajetórias (e também com os atores e atrizes). A assistência aos filmes nos leva a questionamentos ou momentos de pura conformação com o mundo dado. Com eles, sentimos emoções, medos, alegrias, prazeres e, muitas vezes, choramos. Nesses momentos, saímos do cotidiano e nos reconhecemos em outras vidas. Mas, antes de tudo, sonhamos e viajamos nas histórias que são contadas pelos filmes.

Nas *Sessões da Tarde, Domingo Maior, Tela Quente, Supercine, Intercine, Sessão das Dez, Cinema em Casa* entre outras sessões de “cinema em casa” presentes na programação da TV brasileira, tive o privilégio de estabelecer os meus primeiros contatos com a magia cinematográfica. Eram filmes estrelados por Sylvester Stallone, Arnold



Schwarzenegger, Chuck Norris, Bruce Lee e Charles Bronson. Para alguém que vem de um lugar interiorano sem cinema, nem videolocadoras e onde aparelhos de videocassete ainda é um luxo, não deixa de ser bastante curioso ter me dedicado, neste trabalho de pesquisa, à análise sobre cinema (mesmo que em um de suas variações, aquela do mercado de locações). Mas, estou aqui me aventurando numa viagem que começou com os velhos filmes de faroeste, os quais assistia com meu pai nas madrugadas ou nas *sessões da tarde* (hoje em dia meu pai nem assiste mais filme). Também dividi a assistência de filmes com o meu irmão mais velho, este com gostos mais plurais (tinha abertura para muitos outros gêneros). Na realidade, foram eles que me iniciaram nessa jornada sem volta ao encantado mundo mágico do cinema. Depois disso, nunca mais seria o mesmo.

Os filmes da TV inspiraram o meu imaginário de menino sertanejo. As minhas brincadeiras, e os brinquedos que criava, tinham como referência o mundo mágico que eu ia descobrindo na tela. Eu criava personagens, armas e naves a partir dos filmes, seriados e dos desenhos animados.

Juntamente com eles, outros fizeram parte dessas cavalgadas iniciais. Como minha mãe, que me proibia de assistir filmes à noite, em virtude de dormir perto da televisão e de, às vezes, assistir um filme após outro. Ela não aceitava minhas argumentações e eu deixei de assistir alguns clássicos, muitos deles nunca mais consegui localizá-los (nem mesmo agora, quando da realização da pesquisa que serviu de base para a elaboração da presente dissertação, consegui localizá-los). Por outro lado, quando não podia assistir aos filmes em casa, refugiava-me nas casas de amigos, embora nem sempre conseguisse assistir exatamente o que queria (nossos gostos eram muito diversos já então).

Não sei se o que relato acima tem um grande significado para a minha trajetória (temos, sei disso, a tendência de exagerar alguns traços de nossa trajetória para realçar nossa biografia e fornecer suportes para a nossa segurança ontológica), mas, o fato é que o meu interesse pelo cinema “contaminou” a minha ainda iniciante vida acadêmica. Assim, tendo como referência esse olhar para o meu passado, poderia adiantar que, na base das minhas interrogações atuais, talvez estejam as minhas relações passadas com os colegas e amigos que iam até a minha casa assistir. Nessa época, poucas casas tinham televisão. Nem sempre achava

aquilo muito legal já que quanto mais pessoas na casa, mais os meus pais proibiam que assistíssemos os filmes. Por outro lado, os colegas conversavam tanto, e eram tantas as interrupções na hora dos filmes, que, não raro, meu irmão e eu tínhamos que bolar algum plano para que as pessoas nos deixassem ver TV em paz (planos, não raros, fadados ao fracasso).

Nos momentos que os meus amigos acorriam à minha casa, ela se transformava numa espécie de sala de debate sobre o cinema. A platéia dava palpites sobre as cenas e discutia apaixonadamente os finais das histórias. Não raro, passava-se da discussão para a encenação. Nessas situações, queríamos repetir os mesmos socos chutes e pontapés que os nossos heróis haviam praticado nos filmes. Nós éramos, então, *Rambo*, *Braddock*, Bruce Lee ou Van-Damme. Não esqueço que, após assistirmos *Falcão – O Campeão dos Campeões*, todos os que estiveram assistindo ao filme, envolvemo-nos em um ensandecido confronto físico, cada um sonhando que era o personagem de Sylvester Stallone.

Hoje, transportando-me momentaneamente para esse passado, compreendo um pouco dessas reações que os filmes nos causavam. De uma maneira, ou de outra, estivéramos criando o mundo (tal qual Alice) a partir dos filmes. Lembro de algumas expressões que recorriamos enquanto assistíamos ou comentávamos os filmes: “*artista não pode morrer!*” Ou “*não disse que ele era o artista!*”. Foram algumas dessas preocupações que, creio, levaram-me a estudar a questão do cinema.

O cinema (os filmes) tem essa capacidade de desencadear sensações e emoções que sentimos como reais, ou seja, despertam nos espectadores sensações de “viver”, “sentir” e de fazer parte da história que contemplamos sentados nas salas de cinema ou em casa nas sessões de cinema caseiro.

Nesse sentido, a presente aventura sociológica, desdobrar-se das minhas viagens cinematográficas, tem como meta contribuir para um repensar sobre a cultura de consumo na contemporaneidade, mas especificamente a respeito do consumo de filmes, no âmbito das práticas rotineiras dos consumidores de filmes em videolocadoras. O que significa, na nossa perspectiva, um repensar sobre a criatividade e a inventividade dos espectadores de filmes. Nessa pretensão, está subjacente a noção de que o consumo também serve para pensar, articular, criar estratégias e escolhas.

Nesse sentido, ao repensar o consumo como algo positivo e criativo, estamos tomando como referencial teórico autores, tais como Canciani (1999, 2003), Douglas (2004), Rocha (2002), Featherstone (1995, 1997), Martín-Barbero (2001), Thompson (2004), Ortiz (2000, 2002), dentre outros. Quanto a autores que se dedicaram a reflexões específicas sobre o cinema, tomamos como referência o estudo de Stam (2003), acerca das teorias do cinema, e, este mais antigo, o estudo dos mitos no cinema empreendido por Morin (1989).

A pesquisa está também ancorada na teoria da estruturação de Giddens (1991, 1997, 2000, 2002, 2003), a qual reconhece nos atores sociais sujeitos capazes de pensar, fazer e a atuar de modo reflexivo. Tal orientação teórica se traduz, como apontam muitos, em uma sociologia da prática não muito distante daquela expresso na teoria do *habitus*, formulada por Bourdieu (2003). Nesse sentido, o *habitus* nos leva a pensar sobre os comportamentos, as percepções, as atitudes e as escolhas que os agentes sociais constroem nas suas práticas nos mais diferentes campos nos quais se desenrola a vida social. Essas elaborações teóricas nos fornecem categorias analíticas as quais contribuíram para a compreensão das práticas culturais dos consumidores de filmes. Tais teorias nos levaram a assumir a proposição, central no presente trabalho, de que os agentes sociais não são apenas influenciados e determinados pelas instâncias tradicionais de socialização, mas, também, por novas formas de interação social moderna.

Esse entendimento se articula, em alguma medida, com a compreensão assumida por Thompson (2004) a respeito da interação mediada que o consumidor estabelece com os mídias na atualidade. Para este destacado analista da produção cultural, no mundo contemporâneo, a produção de referências culturais e a circularidade de informação, ocupa um papel de destaque na formação ética, identitária e cognitiva dos agentes sociais. Isto é, na contemporaneidade, os mídias operam como agentes socializadores descontextualizados.

Dessa forma, nossa pesquisa buscou se distanciar da crítica tradicional do consumo, especificamente a conhecida crítica cultural da Escola de Frankfurt, cujos expoentes máximos são as figuras de Adorno e Horkheimer (1985), no incontornável clássico *Dialética do Esclarecimento*, no qual aqueles destacados pensadores sociais teceram análises seminais a respeito da comunicação de massa. Contudo, não que-

remos negar a influência que os dois implementaram na compreensão quando inferem que, no jogo da indústria cultural não há mais tempo para refletir e criar. Essa compreensão os leva, como já se disse, a uma percepção marcadamente negativa do papel daqueles. Para os frankfurtianos, há uma espécie de cultura homogênea que, como uma onda que se espalha por todos os espaços, elimina o potencial crítico da arte. Esta não mais liberta, apenas diverte e cega os espectadores. Tudo se passa como se o real fosse dominado por um jogo de aparências no qual não existe realidade, mas, apenas, encantamento. Essas elaborações caem no abismo ao inferir que as massas não são críticas em si mesmas, mas, como retrucariam os etnometodólogos, “idiotas culturais”, fantoches subordinados às estruturas dominantes. Estes autores vêm na indústria cultural, através do cinema, rádio e televisão, a degradação da cultura já que estão a serviço do mercado.

O caminho que percorremos na pesquisa que serve de base ao presente trabalho, nos distancia dessas análises. Isso porque, como buscamos enfatizar, os consumidores de filmes em videolocadoras constroem sentidos e significados às suas práticas de consumo. Na realidade, o consumo não é somente irracionalidade e comercialização, ou seja, não só fabrica desejos nos consumidores, pois eles próprios dão interpretações de seus desejos.

Desse modo, o discurso que infere o consumo como elemento degradante e alienador, muito comum em pregadores moralistas situados tanto do lado esquerdo quanto no direito do arco político, se reforça, nas elaborações dos semi-cultos, com o discurso da superioridade moral da produção cultural dita “nobre”. Para Rocha (2002), essa visão não está presente na opinião pública ou no senso comum, mas no silêncio das ciências sociais e humanas. Por isso, repensar o consumo de filmes nos ajuda a compreender o sentido e os significados que as práticas que os consumidores exercem em seu cotidiano. Nosso objetivo foi pensar o consumo de filmes no âmbito do cultural, do criativo e do inventivo. Isto é, o que se passa culturalmente com os consumidores no dia-a-dia, ou seja, suas experiências fílmicas. Segundo Stam (2003), Walter Benjamin já nos indicava que o cinema enriquece o campo da percepção humana e amplia a consciência crítica da realidade. Para Stam (2003, p. 85),

Benjamin transformou a tão criticada ‘distração’ da expe-

riência cinematográfica em uma vantagem cognitiva. A distração não implicava passividade; era, em lugar disso, uma manifestação liberatória da consciência coletiva, um sinal de que o espectador não estava ‘enfeitiçado na escuridão’.

Essa análise reforça a nossa preocupação. Isso porque, o instigante pensador alemão busca retirar o sujeito da sua complacência e inseri-lo no campo do ativo e do crítico. Nesse campo, suas práticas ganham sentidos e significados.

Embasados por essas referências, desenvolvemos um trabalho no qual o material empírico fosse o aporte fundamental para as nossas especulações. Assim sendo, nosso levantamento empírico constou da aplicação de formulários entre os consumidores de filmes em videolocadoras. O universo de amostragem está baseado na investigação de oito locadoras na cidade de Natal-RN, dentre elas destacam-se: **100% Vídeo** (localizada no bairro Petrópolis), **Stock Games** (Alecrim) e **Play Vídeo** (Alecrim) ambas localizadas geograficamente na zona leste de Natal-RN. Já na zona sul, encontram-se as locadoras de filmes: **Yellow Vídeo** (Candelária), **FM Vídeo** (Capim Macio), **Lunas Vídeo** (Nova Descoberta) e **Vídeo CIA Locadora** (Lagoa Nova). Por último, localizado na zona norte, **Brenda Vídeo Locadora** (bairro Igapó)<sup>1</sup>.

Há três momentos na pesquisa que estamos considerando. O primeiro momento de observação teve como objetivo coletar os cinco filmes mais alugados no período entre 2003 a 2004 (ver lista de tabelas dos filmes mais alugados por locadora no *anexo A*) nas oito videolocadoras. Os cinco filmes mais alugados estão em ordem de classificação, ano de produção gênero de filme, de acordo com informações prestadas pelos (as) atendentes e pelos (as) proprietários (as) das locadoras. Juntamente com esses dados colhidos, nos preocupamos em levantar também as percepções que o (a)s atendentes constroem acerca dos hábitos dos clientes que freqüentam os espaços de locação de filmes.

É preciso advertir que os cinco filmes mais alugados quase se repetem no conjunto das locadoras investigadas. Assim, como é necessário enfatizar que os dados coletados dos filmes mais alugados estão em constante mudança, pois, em cada período do ano surgem novos filmes

<sup>1</sup> Para consultar as fotos das videolocadoras pesquisadas na cidade de Natal-RN, ver *apêndice E*.

no topo dos mais alugados entre as locadoras de filmes, tanto em Natal – RN como nacionalmente. No entanto, a nossa proposta foi justamente catalogar alguns dos filmes que estão em constante discussão pela mídia, especialmente aqueles filmes de apelo mais popular.

Num segundo momento, investigamos as locadoras sob a ótica do consumidor, ou seja, tentando captar o olhar que eles lançam acerca de suas próprias práticas de consumo de filmes, especificamente seus gostos e preferências quando escolhem ou decidem alugar determinado tipo de gênero de filme. Preocupamo-nos ainda em tentar captar se preferem filmes com legendas ou dublados. E mais: o que os filmes suscitam (emoções, sentimentos e elaborações sobre a vida social) no consumidor. Num último momento, aplicamos 80 formulários divididos uniformemente entre as oito locadoras. Nos questionários aplicados, estavam perguntas abertas e fechadas.

Os dados coletados foram analisados quantitativamente e apresentados em tabelas, gráficos e no corpo geral do trabalho (na realidade, esses dados estão presentes no segundo capítulo), os dados coletados na pesquisa realizada em oito videolocadoras em Natal-RN correspondem a um total de 80 entrevistados. Os cálculos foram feitos em percentual, como está mostrado no segundo capítulo da pesquisa.

Por último, realizamos dez entrevistas com o público de videolocadoras tendo por base os filmes mais alugados entre as oito locadoras<sup>2</sup>. Nessas entrevistas, procuramos saber como os consumidores elaboram suas percepções acerca dos filmes que escolheram. A escolha do público está ancorada a partir da rede de aproximação entre entrevistador e entrevistado, no que coloca Bourdieu (1998), quando enfatiza que o pesquisador tem a liberdade de escolher os pesquisados a partir dos laços de conhecimento, ou seja, a idéia de que é legítima, dependendo da temática, a mobilização da rede de relações na qual o pesquisador encontra-se inserido.

O presente trabalho está dividido em três partes distintas, mas interligadas, cada uma correspondendo a um capítulo. Na primeira, apresentamos uma breve discussão acerca da noção de consumo. Tratamos, em especial, das elaborações relacionadas a cultura cinematográfica.

---

<sup>2</sup> Consultar lista de tabelas dos filmes mais alugados entre as locadoras no *apêndice A*. Com base nos filmes mais alugados no período entre 2003 e 2004 os entrevistados escolheram algum desses filmes para elaborar suas narrativas.

fica tendo como objetivo compreender as práticas dos consumidores de filmes em videolocadoras. Procuramos, nesse capítulo, apontar referências teóricas para pensar a prática cultural tendo como eixos as noções de criatividade e reflexividade.

Na segunda parte, apresentamos os hábitos culturais e as práticas de consumo do público que frequenta os espaços de locadoras de filmes. Tomando como foco de análise a compreensão dos gostos e das preferências do público entrevistado, a partir das informações fornecidas pelos atendentes e/ou proprietários das videolocadoras, a visão que o público tem de suas práticas de consumo de filmes. Neste capítulo também, mostramos um pouco da elaboração do público quando explicam algum filme marcante em suas vidas.

Procuramos apresentar, na terceira parte, o que os consumidores de locadoras de filmes explicam sobre suas narrativas dos filmes que assistiram. Procuramos também, interpretar essas narrativas elaboradas por eles mesmos sobre os filmes mais alugados nas locadoras pesquisadas em Natal – RN. Nesse sentido, buscamos também, comparar algumas das narrativas produzidas entre os entrevistados com as sinopses dos referidos filmes. Isto é, as sinopses construídas pela comunicação mediada. Nosso objetivo foi perceber o que as narrativas têm a nos explicar sobre o que o público compreende de si e do mundo cotidiano em que vivem.

Por ora, tentamos esboçar um pouco do que discutiremos nessa jornada cinematográfica, enfrentando desafios e perigos na compreensão das práticas de consumo no âmbito da criatividade. Todavia, nosso trabalho tem o mérito de tentar oferecer às ciências sociais, mas especificamente à sociologia da cultura, uma contribuição no sentido de explicar as práticas culturais na contemporaneidade a partir dos estudos de cinema. No nosso caso, pensar o mundo cotidiano dos atores sociais a partir das narrativas produzidas pelo público consumidor de filmes.

## **1 Novos Cenários de Consumo: repensando a cultura de consumo a partir dos consumidores de filmes em videolocadoras**

*O homem é um ser social. Nunca poderemos explicar a demanda olhando apenas para as propriedades físicas dos bens. O homem precisa de bens para comunicar-se com outros e para entender o que se passa à sua volta. As duas necessidades são uma só, pois a comunicação só pode ser construída em um sistema estruturado de significados. Seu objetivo dominante como consumidor, colocado nos termos mais gerais, é a busca de informação sobre a cena cultural em constante mudança.*

Douglas; Isherwood

No seio do debate sobre a recepção, há um elemento que pode e deve merecer maior atenção de todos quantos se interessam pela análise de questões relacionadas aos processos de comunicação: a capacidade instituinte dos atores sociais. Em outras palavras, da sua competência enquanto agentes cognoscitivos competentes para fazer e entender o mundo em que vivem. No que diz respeito especialmente ao presente trabalho, essa característica amplia a nossa percepção sobre o consumo de filmes de maneira positiva. O que, no nosso caso, se traduz na investigação sobre a criatividade e a ampliação dos horizontes de conhecimentos como conseqüências não-intencionais da atividade de consumo daquele produto.

Os pressupostos subjacentes à colocação acima se conectam com uma apreensão diferenciada do consumo. Nesse sentido, é preciso compreender o consumo, muito além do processo degradante e alienante como ocorre naquelas visões predominantemente moralistas. O que significa, em certo sentido, apreender o consumo como um fenômeno construído a partir de diferenças simbólicas e culturais calcadas no cotidiano. É o que se depreende da leitura de Rocha (2002), para quem o consumo é uma realidade simbólica de significados densos, os quais merecem uma reflexão livre do viés aplicado que impera no mundo dos negócios. Por isso, o que se produziu, em determinados campos da sociologia, foram discursos – alicerçados numa suposta superioridade



moral da produção – que privilegiaram a produção como um mundo verdadeiro e valoroso e, não raro, reduziram o consumo como aquele campo da superficialidade, da futilidade e do vício compulsivo.

Nesse sentido, há outros autores que enfatizam essa percepção do consumo como algo positivo, autores como Nestor Garcia Canclini, Mary Douglas, Mike Featherstone, Jesús Martín-Barbero, Renato Ortiz, dentre outros, que compreendem a cultura de consumo em aspectos específicos de suas obras. Mas, articulando suas análises no entendimento da produção cultural dos consumidores de filmes, especificamente para o plano das experiências de consumo em videolocadoras.

### **1.1 Produção de sentido na cultura de consumo**

O consumo classifica bens e identidades, coisas e pessoas. Da mesma forma, demarca diferenças e semelhanças na vida social contemporânea. Assim, uma das expressões mais importantes do consumo é a sua capacidade para dar sentido a uma série de práticas nas quais os atores se envolvem na cotidianidade.

Canclini (1999), em uma de suas obras de análise sobre o consumo na América Latina, elabora a proposição do consumo como algo mais complexo do que geralmente se apreende na sociologia. Este autor nos chama a atenção para o fato de que o consumo serve para pensar a maneira de ser e de se exercer a cidadania. Processo que se prolonga em virtude das regras de exercer a cidadania, que por sua vez está relacionado a um conjunto de mudanças ocorridas na segunda metade do século XX, ou seja, transformações sociais, mas também mudanças culturais que se expressam muito especialmente nos meios de comunicação audiovisuais. Na nossa apreensão, Canclini (1999) se aproxima muito fortemente da forma como apreendemos o ator social (como agente cognoscitivo e reflexivo, e não como mero “idiota cultural”). Isso nos leva, vale a pena reafirmar, a proposição, em verdade um dos supostos sobre os quais construímos a presente pesquisa, de que o consumo é um caminho para a inovação e re-invenção do mundo.

Para Canclini (2003), quando realçamos, em nossas análises, o papel dos atores sociais como sujeitos que escolhem, tomam decisões e provocam efeitos no mercado (pensamos também o mercado global de filmes), somos levados a redefinir a forma como encaramos a globa-

lização. Esta deixa de ser apreendida como um jogo anônimo de forças do mercado regidas apenas pela lógica mercantil na qual as pessoas e os lugares pouco contam. Esse posicionamento, pensamos em parte é a tradução do que poderíamos denominar de uma re-emergência das pessoas e dos grupos na teoria social. Ou, para utilizar a linguagem dominante no nosso campo, de um aumento de importância do ator em relação às estruturas.

Deixar falar os atores a partir de suas peculiares experiências da interculturalidade transnacional pode ajudar a recuperar poder diante do fatalismo predominante dos economistas. Nós, consumidores, podemos expandir o lado ativo dos nossos comportamentos até reinventar o modo de sermos cidadãos. Por isso, a análise crítica da globalização virá reiteradamente associada às maneiras como se poderia reverter a impotência política com que o século XX se encerrou, esse século que foi pródigo em revoluções, vanguardas políticas, artísticas e outros imaginários transformadores. O problema do sentido (aberto) da globalização franqueia sua teoria às questões culturais e políticas. (CANCLINI, 2003, p. 59).

Assim, se as práticas de consumo também produzem momentos de escolher e re-elaborar sentidos sociais, a consequência mais imediata, no que diz respeito à investigação social, é que o consumo deixa de ser apreendido como expressão somente de práticas inúteis e irracionais. Ou seja, as práticas de consumo expressam um conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos seja de cunho material ou simbólico. O consumo serve para evidenciar atos socialmente regulados a partir do que, de como e de quem consome, pois o consumo se traduz também na produção de um espaço de interações socioculturais complexas produzidas pelos consumidores.

O consumo implica em um exercício de classificação do mundo a partir de uma espécie de código o qual traduz muitas das relações sociais, contribuindo para a re-elaboração de nossas experiências e de nossas subjetividades. Esse código forma um sistema de classificação de coisas e pessoas, produtos e serviços, indivíduos e grupos. O consumo pode criar positivities, dentre elas, o reconhecimento e a iden-

tificação de grupos. Por exemplo, a ruptura de ícones que tradicionalmente representam o Brasil (samba, carnaval, futebol ou o cinema nacional) criou um imaginário multi-localizado de ícones que a televisão, o cinema e a publicidade ajudaram a reunir como: os ídolos do cinema hollywoodiano, da música pop, os logotipos de jeans e cartões e crédito e os heróis do esporte vieram compor o imaginários do consumo transnacional.

A construção de símbolos transnacionais criou o que Ortiz (2000) denomina de “cultura internacional-popular”, isto é, um repertório de desejos e necessidades de aproximação entre os hábitos dos cidadãos consumidores. Isto é, cidadãos do mundo no sentido de que o mundo chegou até nós, ou seja, um mundo de produtos culturais e simbólicos que ajudaram a construir uma espécie de imaginário coletivo mundial ou mesmo, à formação de *públicos-mundo* com gostos semelhantes.

Esse imaginário global expressa, dentre outras conseqüências, uma desterritorialização dos bens culturais, como filmes, música popular, produtos como vestimentas e aparelhos eletrodomésticos. Ortiz (2002) observa que esses bens e produtos, quando consumidos no mercado global, se afastam muitas vezes de suas raízes nacionais ou mesmo locais, ou seja, o distante torna-se familiar e o vizinho, algumas vezes, se distancia de nós. Assim, o mundo contemporâneo não é um mundo sem fronteiras, pois surgem novas fronteiras que se redefinem e se reorganizam sem eliminar as anteriores. E essas fronteiras são construídas e reproduzidas, não raro, a partir dos significados produzidos no consumo de determinados bens e serviços.

Embora seja um lugar-comum, nunca é demais chamar a atenção para o fato de que o consumo tem também um caráter social o qual necessita ser apreendido se quisermos realmente explicar as várias práticas dos consumidores. Por outro lado, também vale ressaltar o fato de que se os bens são neutros, os seus usos são sociais. Douglas e Isherwood (2004) enfatizam que a idéia de consumo deve ser trazida de volta para o âmbito do processo social, no sentido de superar a apreensão daquele como algo reduzido a um resultado ou a um objetivo do trabalho.

Como complemento, a noção de indivíduo racional não parece ser uma mera abstração impossível da vida social, pois o uso social nas práticas de consumo requer categorias racionais na hora de comprar ou escolher e o próprio uso de determinado bem de consumo. “Comportar-

se como agente econômico significa fazer escolhas racionais.” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004, p. 28). A hierarquia de valores no consumo deve contemplar as transformações que provocam ao compartilhar o consumo, pois, os bens podem ser almejados ou inadequados, descartados ou substituídos, ou seja, os consumidores criam significados simbólicos e imaginários no uso dos bens que consomem no cotidiano.

Nessa perspectiva, podemos propor a idéia de que o consumo é o substrato do que podemos denominar, seguindo Featherstone (1997), de cultura de consumo. Esta cultura, a qual se expressa, dentre outros aspectos, em um aumento da densidade semiótica das mercadorias, fornece muitas das narrativas que servem de suporte para a construção das identidades sociais contemporâneas. Essa visão sobrepuja muito do que se discutiu sobre a questão do consumo. Discussão que, não raro, negligencia o consumo em favor da produção e da distribuição. Nesse sentido, Martín-Barbero (2001) nos ajuda a entender que o que está mudando na sociedade contemporânea não se situa no âmbito da política, mas no da crítica cultural, ou seja, no âmbito das experiências culturais de consumo. Isto é, instituições como a família e a escola perdem um pouco de sentido como espaços centrais de socialização (isto não significa que não sejam mais espaços de socialização), mas competem com elementos de nova conduta, como os filmes, a televisão e a publicidade, por exemplo. Este mesmo autor concebe os processos que norteiam as relações entre meios de recepção e as experiências dos sujeitos como um processo de significação e re-significação de experiências estéticas e culturais no consumo, as quais não são apenas reprodução de forças, mas também, produção de sentido.

O consumo cultural não pode ser apreendido única e exclusivamente como resultado da entrada no mercado de bens culturais, mas precisa ser compreendido no contexto de um quadro social o qual condiciona o ator e por ele, com as suas práticas (e seus gostos e preferências) redefinido. O consumo é concebido, assim, como relacional e ativo. Ao mesmo tempo, “o consumo é algo ativo e constante em nosso cotidiano e nele desempenha um papel central como estruturador de valores que constroem identidades, regulam relações sociais, definem mapas culturais.” (ROCHA, 2004, p. 8). O estudo do consumo assume um processo importante de mapeamento da vida social dos consumidores, pois surgem novos cenários para compreender o que se passa no cotidiano

dos atores sociais, um cotidiano recheado de práticas simbólicas e culturais que possui implicações profundas no conhecimento da cultura contemporânea.

## 1.2 A mobilização de reflexividade, cognoscitividade e criatividade pelos consumidores de filmes

A investigação sociológica das práticas de consumo nos leva a reflexão sobre os diversos significados na vida dos consumidores de filmes em videolocadoras. Para a realização dessa tarefa apoiamo-nos especificamente em Giddens (2003) e Bourdieu (2003). O primeiro, trás a noção de atores competentes (atores cognoscitivos), que dão sentido às suas ações e escolhas (obviamente que nos limites dados pelo inconsciente e pelas conseqüências não-intencionais de suas ações). Da noção de *habitus*, formulada por Bourdieu (2003), retiramos conseqüências importantes para pensar a gramática que fornece os elementos de leitura do mundo pelos atores. Isso porque, como nos aponta aquele autor, o *habitus* é um sistema que funciona como uma matriz de percepções, apreciações e ações construídas pelos atores sociais.

Além do mais, o *habitus* permite explicar relações de afinidade entre práticas dos agentes e as estruturas objetivas, isto é, ele junta dois aspectos: um objetivo (a estrutura) e outro subjetivo (percepções, classificações, avaliações). Mas, antes, é preciso inserir os atores sociais em campos sociais determinados com posse de grandezas de capitais, seja ele cultural, social, econômico, político, artístico ou esportivo, onde o *habitus* de cada ator social condiciona seu posicionamento espacial e sua condição de classe social. Seguindo essa lógica, o *habitus* trás a possibilidade de pensar a atuação e a criação dos agentes num campo cultural específico, isto é, o campo do consumo de filmes. Por exemplo, ajuda a compreender por que o sujeito prefere filmes de época ou romance, ação ou drama, filmes de arte ou filmes comerciais.

O *habitus* gera nos agentes sociais estratégias, respostas e escolhas em seu cotidiano, pois o consumidor de filmes não nasce consumindo os filmes de Glauber Rocha ou Steven Spielberg, mas é expressa através das práticas adquiridas em suas idas ao cinema, nas informações midiáticas, nas trocas simbólicas entre os outros espectadores, ou seja, num conhecimento adquirido, ou melhor, no gosto adquirido

por preferir filmes de Spielberg ou Glauber Rocha. Dentro dessa perspectiva, o *habitus* orienta,

O modo como a sociedade se torna depositada nas pessoas sob a forma de disposições duráveis, ou capacidades treinadas e propensões estruturadas para pensar, sentir e agir de modos determinados, que então as guiam nas suas respostas criativas aos constrangimentos e solicitações do seu meio social existente. (WACQUANT, 2005).

Assim, o agente social não é um mero “suporte” de estruturas condicionantes, mas dotado de criatividade e inventividade quando imerso num conjunto de experiências vivenciadas no cotidiano. Pois,

O *habitus* não pode ser interpretado apenas como sinônimo de uma memória sedimentada e imutável; é também um sistema de disposição construído continuamente, aberto e constantemente sujeito a novas experiências. (SETTON, 2002, p 65).

Esse desdobramento prático do *habitus* reconhece que os agentes fazem ativamente o mundo social através do envolvimento de instrumentos incorporados de construção cognitiva, por outro lado, reconhece também, que os próprios instrumentos são construídos pelo mundo social. Para Wacquant (2005), a própria noção de *habitus* fornece tanto um princípio de *sociação* (os meios sociais passados) como de *individualização* (ações e representações presentes), ou seja, envolve categorias de juízo e de ação, vindas da sociedade e as internalizações de esquemas únicos no mundo de cada pessoa. Na realidade, o *habitus* trás à tona a capacidade inventiva dos agentes sociais, e isso é importante para compreender por que as pessoas criam e montam seu mundo vivido. Aliás, para Setton (2002), o *habitus* é capaz de dar coerência às ações dos indivíduos, fornecendo-nos pistas para analisar como, em situações particulares, os atores mobilizam uma certa dose de invenção e criatividade.

Na realidade, o *habitus* orienta nossas condutas e as atividades rotineiras na estrutura social, pois não é um processo natural e sim, social. Isto é, é variável através do tempo, do espaço e das relações de distribuição do poder. Por outro lado, se transfere para diversos domínios

da prática – por exemplo, entre os vários domínios de consumo (na música, esporte, moda, cinema etc.). Por isso, que se verificam as distinções de estilos de vida entre indivíduos da mesma classe, pois o *habitus* funciona como uma matriz que auxilia na apreensão de disposições, gostos e preferências de grupos ou indivíduos.

Quando colocamos o problema da passividade do consumidor de filmes, nos habilitamos para também tematizar sobre a *criatividade* no consumo de filmes via locação de vídeos. Pois, a pesquisa enfatiza a necessidade de tomar os consumidores de filmes como atores competentes e criativos, isto é, não são simples receptores, mas sujeitos imaginantes e reflexivos, quando solicitados a falar sobre os filmes. Nesse sentido, Giddens (2003, p. 3) diz: “Ser um ser humano é ser um agente intencional, que tem razões para suas atividades e também está apto, se solicitado, a elaborar discursivamente essas razões (inclusive mentindo a respeito delas)”.

Ao tocar nesta questão (da criatividade), Giddens (2002) aponta para o fato de que a criatividade, no fazer social, significa levar em conta que o agente social tem uma capacidade de agir ou pensar de maneira inovadora, enfatizando a intencionalidade da ação e o entendimento, dentro de limites, dos atores. Giddens (2000), não nega que haja influências sociais que afetam o comportamento dos agentes, mas adverte que tais sistemas sociais só existem por que as pessoas fazem o que fazem todos os dias por intermédio de suas atitudes e opiniões no dia-a-dia. Desse modo, os atores sociais dão sentido às suas escolhas, ou seja, são competentes para dizer o que fazem, como fazem e por que fazem (muito embora, como sabe bem qualquer leitor de Karl Marx ou ainda qualquer aprendiz de psicanálise, isso não significa que se deva tomar como verdadeiras as razões dadas pelos atores para suas ações). Isso significa apenas assumir a proposição (que de tão óbvia termina sendo esquecida por muitos analistas sociais) de que os agentes não são meros autômatos subordinados as lógicas sociais que os limitam, mas antes, são produtores de sentidos, isto é, classificam, interpretam e elaboram significados para as coisas que vêem e lidam.

É preciso afirmar que o comportamento humano não é um resultado de forças que os atores não controlam nem compreendem, mas algo no qual a criatividade do ator joga um peso fundamental. Na verdade, os atores sabem acerca do que fazem e por que o fazem, muito embora,

em grande parte das vezes, os cenários sociais criados nada tenham a ver com as suas intencionalidades. Giddens (2003), alimentado pelo que denomina de teoria da estruturação, enfatiza o papel importante da cognoscitividade dos atores sociais.

Não podemos absolutamente descrever a atividade social sem conhecer o que os atores sabem, sendo importante o pesquisador ter sensibilidade para apreender as habilidades complexas que os atores possuem para coordenar os contextos de seu comportamento cotidiano. Pois, os dados sociais tratam de processos da vida social. Giddens reforça a idéia afirmando que “a teoria social tem a tarefa de fornecer concepções da natureza da atividade social humana e do agente humano que possam ser colocadas a serviço do trabalho empírico.” (GIDDENS, 2003, p. 18). O fluxo dinâmico da vida social constrói e remodela uma série de atividades e práticas sociais que se encontra no cotidiano dos sujeitos.

Muito de nossos atos cotidianos são regidos pelo o que Giddens (2000, p. 63) denomina de “consciência prática”. Esse é um conceito fundamental, pois relaciona a sabedoria cotidiana das pessoas com a natureza estrutural dos sistemas sociais. Isto é, o que os atores sabem acerca do que fazem e de por que fazem em suas condutas cotidianas, através dos hábitos e dos modos de vida adotados pelos indivíduos. Para este autor, os agentes sociais são seres conscientes e intencionais que, antes de tudo, pensam e refletem sobre sua realidade.

As considerações acima fornecem importantes pistas para a análise das experiências do público de locadoras de filmes. Ajuda-nos também a analisar a sua produção de sentido a partir do que eles próprios criam quando assistem aos filmes.

A partir do que contam e elaboram, os consumidores de filmes criam percepções e estratégias para argumentar ou contra-argumentar diversas possibilidades de explicação. Por exemplo, por que se gostou ou não do enredo, da estética, da narrativa da história; o que o filme realmente quis dizer ou o que não se esperava do filme (as narrativas imprevisíveis), se o filme suscitou momentos de identificação e reconhecimento na vida social (*projeção/identificação*). No entanto, os espectadores de filmes sabem e justificam o que querem dizer quando são abordados ou questionados, ou seja, eles sabem e têm algo a contar sobre o que assistem.



## 2 Cinematografando o Campo de Consumo nas Locadoras de Filmes – as práticas culturais dos consumidores de filmes em Natal – RN

*Na maioria das vezes, os espectadores estão no cinema para experimentarem vidas que não as suas, para sonharem um pouco e vestirem a pele dos protagonistas, ainda que por uns breves momentos.*

Cordeiro

O universo das videolocadoras investigadas se diversifica entre elas, até nos seus aspectos físicos<sup>3</sup>. Nesse sentido, de acordo com a localização, o bairro, ou o grau de instrução do público, podem-se observar elementos diferenciadores nesses espaços de consumo. Assim, preferências e gostos por determinado gênero de filme, por filmes com legendas ou dublados, filmes em lançamentos, a preferência por determinado ator, atriz ou diretor e demais hábitos de consumir filmes em videolocadoras se diversificam em cada uma das locadoras, mas pode também, ter caráter semelhante entre gostos e preferências entre o público. Esses elementos de contradição vão está presentes no decorrer desse capítulo que se segue.

O universo de amostragem está baseado na investigação de oito locadoras na cidade de Natal-RN. Entre as locadoras apresentam-se: **100% Vídeo** (localizada no bairro de Petrópolis, área residencial de classe média alta e de parte da elite da cidade), **Stock Games** e **Play Vídeo** (Alecrim, bairro de classe média e média baixa). Já na zona sul, área residencial de classe média e dos setores mais escolarizados, encontram-se as locadoras de filmes: **Yellow Vídeo** (Candelária), **FM Vídeo** (Capim Macio), **Lunas Vídeo** (Nova Descoberta) e **Vídeo CIA Locadora** (Lagoa Nova). Por último, localizado na zona norte, área residencial popular, **Brenda Vídeo Locadora** (bairro Igapó). Obviamente, a localização da locadora não determina totalmente a sua clientela. Dependendo da localização (proximidade de pontos de ônibus ou centros comerciais), uma locadora, mesmo situada em bairro de classe média, pode ter muitos consumidores de classes populares.

<sup>3</sup> Para maiores detalhes de alguns aspectos físicos e da localização das locadoras, ver apêndice E.

Os dados coletados foram analisados, até certo ponto, mobilizando instrumentais qualitativos e quantitativos ao mesmo tempo. O universo pesquisado foi composto de um total de 80 entrevistados, divididos uniformemente pelas oito locadoras. Os cálculos foram feitos em percentual, como apontamos nas tabelas distribuídas ao longo do capítulo.

## 2.1 Nos bastidores do consumo de filmes em videolocadoras

A partir do contato com as percepções de atendentes, e de alguns proprietários, das oito videolocadoras de Natal-RN investigadas, pudemos perceber um pouco dos hábitos dos consumidores quando vão as locadoras de filmes para escolher os seus filmes.

Segundo os atendentes, a maioria do público já sabe o que vai alugar, apesar dos atendentes ressaltarem que há aqueles que pedem indicações a eles próprios de filmes “bons” para serem alugados. Entretanto, o peso das indicações dos atendentes parece variar entre as locadoras. Ou seja, os atendentes indicam filmes de acordo com a lógica comercial do mercado cinematográfico mundial, da própria exigência da locadora ou do próprio conhecimento de filmes que os atendentes dispõem para indicar que tipo de filme os clientes querem levar. O que ficou claro, nas entrevistas de atendentes e proprietários, foi o fato de que, segundo eles, uma grande maioria dos clientes buscam os “filmes do momento”, especialmente os “lançamentos”. A grande procura por filmes em lançamentos não é só observado pelos atendentes, mas confirmada pelos próprios freqüentadores de videolocadoras. Os “lançamentos”, novidades que chegam às locadoras, são os “filmes do momento”, filmes que tem grande repercussão na mídia. Por exemplo, os filmes que saem de cartaz nos cinemas.

Diria Canclini (2003) que a novidade no consumo de filme está, hoje em dia, marcada pelo o que ele chama de *assombro*: a admiração que se irrompe com as estréias cinematográficas. São, no caso, as surpresas exigidas pelo mercado e da sua necessidade de acelerar a obsolescência do já conhecido para aumentar as vendas e sua divulgação.

Como havíamos salientado antes, as variedades de hábitos do público de videolocadoras segue lógicas diversas de indicações e recomendações por parte dos atendentes. Vejamos comentários de alguns aten-

dentes. Para Larisse, da **Yellow Vídeo**, “o que indicamos mais são os lançamentos. Por que são os mais procurados, mas existem clientes que querem indicações de filmes clássicos. Os clientes perguntam quais os filmes bons. A maioria já vê os lançamentos nas estantes”. Já Marlon, da **FM Vídeo**, nos diz que mostra filmes que ele mesmo assistiu. Pois, há os clientes que locam por atores; outros, por temas. Ele indica filmes que ele mesmo gostou. Segundo Thomas, da locadora **100% Vídeo**, recomenda filmes antigos (clássicos) porque estes dão mais lucros por já estarem pagos. Os novos, diz ele, saem por si só. Ao contrário, da visão de um dos atendentes da **Vídeo e CIA Locadora**, que indica os lançamentos, em virtude de um maior rendimento de lucro que esses filmes concedem. Bárbara, da **Brenda Vídeo Locadora**, indica o estilo que o cliente gosta. Já o proprietário da **FM Vídeo** diz que são os filmes do momento os que ele mais indica e que são mais alugados. Dentre esses, as trilologias do *O Senhor dos Anéis*, *Matrix* e *Harry Potter* (as duas primeiras seqüências) são alguns dos mais alugados.

É preciso ainda ressaltar que há uma lógica mercadológica determinando a divulgação dos filmes. Assim, faz-se necessário entender que a procura pelos filmes em lançamentos, e sua muito provável colocação como filmes mais alugados, está diretamente ligado a quantidade de cópias disponíveis. Segundo as informações de Larisse, da **Yellow Vídeo**, percebe-se dois móveis da construção social dos “filmes mais alugados”. Segundo ela, os filmes mais alugados são exatamente aqueles mais promovidos e que têm mais cópias disponíveis. Ela faz a comparação entre os filmes *A Paixão de Cristo* e *Sobre Meninos Lobos*. Enfatiza que o primeiro, quando da nossa entrevista, estava sendo o mais alugado por dispor de mais cópias do que o segundo. Nesse sentido, vale a pena nos perguntarmos: e se *Sobre Meninos e Lobos* dispusesse da mesma quantidade de cópias seria o mais alugado? Então, o que determinaria o filme a ser mais alugado?

Há de se convir que a quantidade de cópias a mais nas locadoras está ligada à grande procura pelo próprio filme que também, interliga-se com o mercado global de divulgação de filmes. Obviamente a grande procura pelo filme o determina como o mais alugado, mas é preciso ressaltar que há elementos diferenciadores (a estética, a história, por exemplo), no caso, entre os dois filmes. Ao perguntar sobre o porquê do filme *A Paixão de Cristo* ter mais cópias, a atendente falou por ter sido

o mais procurado e pela repercussão da bilheteria do filme no cinema. “A Paixão de Cristo é a sensação do momento”. Podemos perceber isso também, no depoimento do proprietário da **FM Vídeo**: o maior número de cópias está ligada respectivamente aos filmes que estão sendo os mais alugados no momento.

Um outro ponto observado é a procura por filmes como meio de conhecimento. Assim, no espaço de locação da **100% Vídeo**, segundo Thomas, há clientes que procuram determinados filmes para ajudar na realização de trabalhos escolares seus ou de seus filhos ou como meios de informação didática. Situam-se nesse caso, filmes como *A Guerra do Fogo* e *A Hora da Estrela*. Este último, baseado na obra de Clarice Lispector, muito alugado em períodos específicos do ano, como a época do vestibular. Ainda, segundo o mesmo informante, existem “clientes que não lêem ou não querem ler o livro, alugam este filme para se preparar para o vestibular”.

Na locadora acima mencionada, há certos incentivos aos clientes para que aluguem filmes clássicos através de estratégias de locação. Por exemplo, se o cliente levar um filme novo, automaticamente já leva um clássico grátis. Pois, segundo aquele informante, os clientes, em sua maioria, não gostam de filmes clássicos. Por outro lado, tendem a procurar, principalmente, filmes norte-americanos. Segundo o atendente, a grande procura pelos filmes norte-americanos deve-se, segundo sua hipótese, aos cursos de inglês que os respectivos clientes fazem em Natal-RN. Isso porque, segundo ele, Natal é a capital com mais cursos de inglês. Percebe-se através da fala dele, também, que os clientes procuram mais filmes legendados. Pois, os filmes com legendas em inglês tendem a atrair o público que através do inglês aprendem ou exercitam o conhecimento da língua inglesa. Embora desconcertante essa informação nos aponta para um fato: é tão forte a procura pelos produtos da indústria cultural norte-americana que, quando questionados, os atores mobilizam discursos de justificação, mesmo que, como no caso em tela, sejam pouco plausíveis.

Contrariamente, na **Brenda Vídeo Locadora**, a atendente Barbara enfatiza que os clientes procuram mais filmes dublados, pois a localidade em que se encontra a locadora influencia, segundo sua visão, seus hábitos de ver os filmes, já que a leitura das legendas implicaria na perda do filme em sua plenitude. Na verdade, essa preferência por

filmes legendados ou dublados está em grande parte influenciada por questões culturais ligadas aos espaços sociais e econômicos em que se encontram os consumidores de locadoras de filmes. Mais adiante discutiremos mais um pouco essa ligação de gostos e preferências com o grau de instrução ou o nível de renda do público de videolocadoras.

## **2.2 Fora dos bastidores: os hábitos culturais dos clientes das videolocadoras**

Na pesquisa de campo pudemos verificar alguns pontos que nos ajudaram na compreensão do perfil social e cultural do público de videolocadoras na cidade de Natal-RN. Também pudemos apreender informações sobre um conjunto de práticas que são desenvolvidas na construção dos gostos e preferências incorporados na escolha dos filmes a serem locados. Como, por exemplo, na decisão por locar filmes legendados ou dublados, filmes novos ou clássicos. A mesma coisa em relação aos gêneros que preferem entre outros elementos explicativos do perfil do consumidor de filmes em videolocadoras.

Uma informação inicial: dentre as 80 pessoas entrevistadas, **68,75%** foram homens e **31,25%** mulheres. Essa distribuição por gêneros não foi algo determinado, mas, sim aleatório. Em relação ao nível de escolaridade, em sua grande maioria **38,75%** dos entrevistados tinham 2º grau completo; **17,5%** têm 2º grau incompleto; **17,5%** superior completo; **16,25%** o superior incompleto; **2,5%** 1º grau completo e **7,5%** o 1º grau incompleto.

Quanto à faixa etária do público de locadoras de filmes, entrevistamos clientes com idade entre 12 a 21/ 28 a 39/ e 42 a 53 anos. Junto à maioria dos entrevistados, colhemos informações sobre suas profissões, dentre elas destacamos: militares, agentes de polícia, embaladores de supermercado, inspetores de qualidade, técnicos de lubrificação, moto-boys, vendedores, operadora de caixa, autônomos, assistentes administrativos, gráficos, motoristas, corretores, psicólogos, auxiliares de serviços gerais, comerciantes, domésticas, administradores de empresas, empresários, microempresários, balconistas, fiscais, buggeiros, técnicos em enfermagem, alfaiates, publicitários, funcionários públicos, professores, artesãos, ajudante geral, auxiliar de profissão, arquiteta e advogada. Dentre eles, também, destacamos uma desempregada, mas a

grande maioria dos entrevistados foram estudantes, isto é, dos 80 entrevistados **28,75%** do público são estudantes.

Na **Vídeo e CIA Locadora**, dos 10 entrevistados **50%** são estudantes. Entre as oito locadoras de filmes pesquisadas, a **Yellow Video** se destacou com um público de estudantes bem superior aquele das demais locadoras pesquisadas, ou seja, **90%** são estudantes. Nesse sentido, o que essa observação nos faz pensar acerca desse fenômeno? Um elemento explicativo talvez seja a localização em que se encontra a locadora. No caso, próximo ao *Natal Shopping* (onde se concentra um grande fluxo de estudantes frequentando as circunvizinhanças da videolocadora, dada a vizinhança com o Campus da UFRN e com importantes colégios e faculdades privadas da cidade).

Há também uma enorme maioria do público que gosta dos filmes em lançamentos, ou seja, **71,25%** do público pesquisado enfatiza a preferência por filmes do momento. Nas oito videolocadoras observadas, pudemos constatar pelas falas dos entrevistados que os filmes em lançamentos são os grandes atrativos na hora de o cliente levar o produto para casa. Alguns falam que preferem lançamentos, porque já assistiram os mais antigos ou que gostam realmente de filmes novos e quando o lançamento é um bom filme. A partir disso, como podemos compreender esse interesse por filmes mais novos? Obviamente pelas novidades, as sensações do mercado cinematográfico.

Se a grande parcela prefere filmes em lançamento, só **7,5%** do público entrevistado enfatizaram a preferência pelos filmes denominados de “catálogo”<sup>4</sup>. Um dos entrevistados falou que deixa os lançamentos saírem de cartaz para poder alugar. A idéia do catálogo está em alguns casos ligada à condição econômica do cliente, pois o aluguel dos lançamentos é sempre mais caro. Já **12,5%** do público disseram preferir os dois, ou seja, tanto os lançamentos como os catálogos. Por último, **8,75%** do público argumentaram outras coisas.

No geral, entre os cinco últimos filmes mais alugados, quando do

---

<sup>4</sup> Quando falamos de catálogo, estamos nos referindo aos filmes que deixam de ser lançamentos. Apesar de variar a conceituação do que seja um filme fora de lançamento, pois, em algumas locadoras surgem filmes classificados por A, B, C e E, como super lançamentos ou filmes de ponta. Esse jogo de categorias de marketing está ligado ao preço do aluguel dos filmes, ou seja, de acordo com o nome dado as categorias dos filmes o preço varia para mais ou para menos

período de realização da pesquisa, nas oito locadoras, podemos destacar os cinco mais citados entre o público entrevistado: em primeiro lugar: *Tróia* com **21,25%** do público, no segundo: *Van Helsing – O Caçador de Monstros* com **18,75%**, terceiro: *Homem-Aranha 2* com **15%**, quarto lugar: *O Dia Depois de Amanhã/ Anjos da Noite* e *O Último Samurai* com **7,5%**, em quinto: *Mestre dos Mares* e *Bad Boys II*, ambos com **6,25%** do público no seu todo. Na tabela 01, a ênfase se dar pelo filme mais citado pelo público entre cada uma das locadoras.

Tabela 1 – Os últimos filmes mais alugados pelo público de videolocadoras

<i>Locadora</i>	<i>Filme</i>	<i>Gênero</i>	<i>Ano</i>	<i>Produção</i>	<i>Público %</i>
<b>100% Vídeo</b>	<i>Matadores de Velhinha</i>	Comédia	2004	EUA	40
<b>Yellow Vídeo</b>	<i>Scooby Doo – O Filme</i>	Comédia	2002	EUA	20
<b>FM Vídeo</b>	<i>Van Helsing e O Dia Depois de Amanhã</i>	Aventura/ Aventura	2004	EUA	30
<b>Play Vídeo</b>	<i>Tróia</i>	Aventura	2004	EUA	40
<b>Stock Games</b>	<i>Van Helsing</i>	Aventura	2004	EUA	40
<b>Vídeo e CIA Locadora</b>	<i>Vingança</i>	Ação	2004	EUA	20
<b>Lunas Vídeo</b>	<i>Homem-Aranha 2</i>	Aventura	2004	EUA	60
<b>Brenda Vídeo Locadora</b>	<i>Sherek 2</i>	Infantil	2004	EUA	40

Fonte: Jochen Mass

Nesse sentido, verificamos que a preferência dos consumidores de locadoras de filmes é impregnada de elementos condicionantes, ou seja, elementos que estruturam os gostos do público que frequenta videolocadoras a partir de alguns padrões culturais que se apresentam nas escolhas e decisões do público. Por exemplo, quando os filmes mais alugados são em sua grande maioria filmes de origem norte-americana, especificamente falando, os chamados filmes hollywoodianos. Claro que esses dados não vêm determinar o padrão de gosto do público con-

sumidor de filmes, mas não precisamos ir muito longe para enfatizar que podemos compreender isso como um padrão de gosto global. Pois, surge uma espécie de “cinema-mundo”, o qual articula tecnologia visual e estratégias de marketing mais sofisticadas para conseguir se inserir em escala mundial. Assim,

Coppola, Spielberg e Lucas, por exemplo, constroem narrativas espetaculares a partir de mitos inteligíveis para todos os espectadores, independentemente de seu nível cultural, educacional, econômico, da história do seu país ou do regime político em que vivem. (CANCLINI, 1999, p.169).

Observamos que entre esses filmes mais alugados pelo público pesquisado o gênero aventura é o que mais se destaca. Por outro lado, os lançamentos, como indica o quesito “ano de produção”, na tabela 1, são sempre os mais referidos. Todavia, é necessário admitir que esse interesse por filmes do momento, do agora, do instante, está relacionado ao que Canclini (1999) afirma quando o perfil desses *neo-espectadores* está condicionado pelo gênero mais procurado nas videolocadoras e que não importa que filme se alugue ou o diretor do filme, mas os últimos filmes que têm para ver, os que prometam ação e aventura. Assim,

O imediatismo e valor do instantâneo se refletem no que os jovens videófilos buscam. O número de imagens que se sucedem por frações de segundo marca o início do desafio a um tempo que não corresponde ao tempo. Uma ilusão de transgressão a partir do ritmo que esta realidade fictícia impõe. Assim, o grau de expectativa modifica o modo como se vê [...] Os novos consumidores de imagens são adeptos do ritmo e, em menor medida, da trama. (HOLTZ apud CANCLINI, 1999, p. 211).

Entre alguns desses filmes mais alugados foram filmes que se destacaram pela sua ampla divulgação nos canais de informação, seja na televisão, no cinema ou mesmo pelos cartazes. São filmes que consideramos “os filmes do momento”, aqueles que estão em constante debate midiático, filmes como: *Homem-Aranha 2*, *Tróia*, *Van Helsing*



entre outros. São filmes embalados em grandes campanhas promocionais, filmes que remetem a histórias em quadrinhos ou produções de alto nível econômico e efeitos especiais mais sofisticados, os filmes grandiosos da indústria cinematográfica. Aqueles filmes mais aguardados pelo público das locadoras, sejam em virtude de sua divulgação ou de sua repercussão nas bilheterias do cinema.

Quanto aos gêneros cinematográficos, observa-se que, no topo da preferência do público, o gênero ação como o mais procurado. Em segundo lugar, vem a comédia e em terceiro, o suspense. Seguem-se, por ordem de preferência, o romance, o terror, a aventura, a comédia romântica, drama, dentre outros. Destaque-se que o documentário situa-se na última posição. Os filmes pornográficos foram apontados como da preferência de poucos clientes, mas, aí bem sabemos, no caso em tela, essa é uma informação muito pouco confiável.

Tabela 2 – O gênero preferido do público por locadora

<i>Locadora</i>	<i>Gênero</i>	<i>Público%</i>
<i>100% Vídeo</i>	Ação	60
<i>Yellow Vídeo</i>	Terror e Comédia	30
<i>FM Vídeo</i>	Comédia	40
<i>Play Vídeo</i>	Suspense	40
<i>Stock Games</i>	Suspense	40
<i>Vídeo e CIA Locadora</i>	Ação	70
<i>Lunas Vídeo</i>	Ação	50
<i>Brenda Vídeo locadora</i>	Ação, suspense e comédia	30

Fonte: Jochen Mass

Na tabela 2, podemos destacar que entre algumas locadoras há certo grau compatível entre os gêneros de filmes mais locados: o gênero *ação* é bastante citado pelos entrevistados e foi observado em quase todas as locadoras pesquisadas. Mas, o que representa esse alto grau de preferência pelo gênero ação? O que motiva realmente os consumidores de filmes de locadoras a gostar tanto desse gênero? Isso estaria relacionado com a condição econômica (ou com o capital cultural acumulado) dos consumidores de filmes de locadoras?

Uma das respostas possíveis aponta para o fato de que a preferên-

cia pelos filmes de ação parece estar diretamente ligada com o próprio estilo no qual esses filmes são produzidos. São narrativas rápidas nas quais a “adrenalina” sobrepuja a história contada. Neles, predominam cenas com forte apelo visual de destruição e violência. Talvez isso, e mais alguns outros elementos, possam explicar esse gosto do público por filmes de ação. Aliás, as pessoas admiram e se envolvem nessas narrativas aceleradas. No público entrevistado nas locadoras de Natal-RN, a grande maioria argumenta que esse gênero desperta sentido de emoção e efeitos impressionantes. Por outro lado, há outros que falam que os filmes de ação as histórias são mal feitas.

Na locadora de filmes **Vídeo e CIA Locadora**, localizada no bairro Lagoa Nova em Natal-RN, a maioria dos entrevistados informaram a preferência por filmes de ação. Foi à única das oito locadoras pesquisadas na qual os pesquisados afirmaram explicitamente gostar de filmes nos quais predominem cenas de perseguição, brigas, lutas e artes marciais. Um dos entrevistados chegou a comentar que filme de ação combina com ele, dado que se define como uma pessoa muito agitada. Outro afirma que o filme de ação, “[...] é um filme mais procurado, mais desenvolvido. Me sinto melhor. Gosto de ver aqueles caras sendo heróis[...]” (30 anos, sexo masculino, técnico em lubrificação, 2º grau incompleto, residente em Cidade da Esperança/ **Vídeo e CIA Locadora**). Esse entrevistado ainda ressaltou que pratica artes marciais e que filmes de ação ele levava todos. Há aqueles que afirmam que gosta de pancada e de ver lutas. Nessa observação do gênero ação como um dos mais procurados foi confirmado pelo o atendente da **Vídeo e CIA locadora** que constantemente observa esse tipo de ritual de preferência por filmes de ação.

Nessa locadora, o proprietário observou que a grande maioria dos clientes que frequentam esse espaço é constituída por homens. Assim, essa grande procura por este tipo de filme estaria relacionada ao domínio do gênero masculino do público da locadora aqui citada? De alguma maneira, podemos inferir uma possível confirmação de que o gênero cinematográfico preferido entre homens e mulheres se diferencia de acordo com suas escolhas, mas não determina. O proprietário da **Vídeo e CIA Locadora** ainda salientou que há uma grande procura por filmes pornô por parte dos homens. Esse elemento influencia também, na frequência do gênero masculino nesse espaço especificamente.

Dessa forma, a frequência de homens nesta locadora pode ter influenciado essa procura por filmes de ação. Por outro lado, não queremos determinar que as mulheres não gostem de filmes de ação, aliás, há mulheres que preferem até gêneros como terror.

Um outro gênero preferido pelo público foi o suspense. O suspense é um gênero que cativa parte do público pela sua trama e sua desenvoltura, ou seja, o desenrolar da história. Ao observar algumas falas dos entrevistados é possível notar o que aqui estamos falando. Assim, um dos entrevistados afirmou gostar de filmes de suspense porque “geralmente me interessa pela psicologia das pessoas. Por que ele tem aquela determinada atitude.” (28 anos, sexo masculino, gráfico, 2º grau completo, residente no bairro Quintas/ **Stock Games**). O suspense, também, tanto pode causar sensações que remetem à adrenalina quanto possibilita ao público questionar sobre o possível final do enredo narrado.

Alguns dos entrevistados admitem que as histórias desses filmes sejam mais complexas e exijam uma maior concentração por parte de quem o assiste. Assim, uma das entrevistadas, ao falar sobre o filme de suspense, diz: “por que dá uma vontade de assistir o filme até o final. Prende mais a atenção, você acaba prendendo a atenção. Quando não me prende, não me interessa.” (21 anos, sexo feminino, vendedora, superior incompleto, residente em Capim Macio/ **FM Vídeo**).

Um outro gênero no qual se incluem as fitas mais alugadas, segundo a tabela 02, é a comédia. A comédia é bem recebida pelo público, pois cativa-os em virtude de situações inusitadas da vida. Coisas, às vezes, bem surrealistas, isto é, que fogem da normalidade. O público, diz-nos um dos entrevistados, “gosta de dar belas risadas, relaxar e distrair com essas histórias mirabolantes”. Segundo o mesmo, “eles alugam essas comédias para sair um pouco da velha rotina do cotidiano”. Mas, o que querem? Entretenimento, ou seja, diverti-se com essas histórias engraçadas e descontraídas. E através dessas histórias rirem um pouco mais, diante das dificuldades que se apresenta em suas vidas. Como diz um dos clientes, “[...] comédia faz você relaxar, rir e esquecer de alguns problemas [...]” (30 anos, sexo masculino, técnico em lubrificação, 2º grau incompleto, residente em Cidade da Esperança/ **Vídeo e CIA Locadora**). Comédia como diversão é também uma maneira do público classificar esses filmes. “São filmes que divertem toda a família”, como observa um dos entrevistados.

Observamos entre quatro locadoras a preferência por filmes de ação. Entre elas: **100% Vídeo, Vídeo e CIA Locadora, Lunas Vídeo e Brenda Vídeo Locadora**; respectivamente localizadas nos bairros: Petrópolis, Lagoa Nova, Nova Descoberta e Igapó. Uma delas, localizada na zona sul da cidade, a **100% Vídeo** surpreendeu essa preferência pelo gênero ação, pelo fato de está num bairro (Petrópolis), pensado mentalmente como uma área de classes sociais mais “nobres”. A grande maioria dos clientes tem nível superior completo. Por outro lado, é preciso ressaltar que uma parte do público que frequenta essa locadora são de outros bairros, isso é explicado pela razão da **100% Vídeo** dispor de um alto grau de diversificação de filmes e de cópias. Por essa razão ou outra, fica complexo explicar o gênero ação como um dos favoritos nessa determinada locadora.

Outra locadora, **Lunas Vídeo** (Nova Descoberta), também localizada na zona sul de Natal-RN, em um bairro aparentemente classificado de classe média baixa. Isso significa em certos casos, que a preferência por filmes de ação poderia estar relacionada às condições econômicas ou culturais de que dispõem os consumidores da locadora de filmes nesse bairro. Porém, nessa locadora o nível de escolaridade do público é do 2º grau completo e superior completo. No entanto, na *Vídeo e CIA Locadora* (Lagoa Nova), um bairro de classe média alta, 10 entrevistados – **70%** do público pesquisado - citou filmes de ação como constituindo o gênero de sua escolha.

Na **Brenda Vídeo Locadora**, localizada no bairro Igapó, zona norte de Natal-RN, área que acomoda classes sociais com condições econômicas e culturais mais baixas, o nível escolar do público entrevistado foi entre 2º grau completo e incompleto. Mas, o grau de preferência pelo gênero ação não é tão significativo como nas outras. Apesar de uma das proprietárias da locadora ter afirmado que a procura por filmes dublados e a localidade que se encontra a locadora citada influencia, segundo sua visão, seus hábitos de consumir filmes.

Nas demais locadoras pesquisadas os gêneros que se destacaram foram o suspense e a comédia. E, em apenas uma, o gênero “terror”. Na **Yellow Vídeo e FM Vídeo**, ambas localizadas na zona sul de Natal-RN como também, em bairros considerados “nobres” na geografia mental dos natalenses: Candelária e Capim Macio, ou seja, de classes altas, há leve preferência pela comédia. O grau de escolaridade da primeira é o

superior incompleto, a segunda é entre 2º grau completo e superior incompleto. Nessas duas locadoras citadas encontramos fenômeno àquele percebido na **100% Vídeo**: a proposição, de proprietários e atendentes, de que muitos dos clientes que alugam são de bairros diversos de Natal-RN.

### **2.3 A cultura de consumir filmes legendados e dublados: a relação entre capital cultural e capital econômico**

O consumo cultural de filmes legendados ou dublados está, de certo modo, conectado com outras dimensões dos comportamentos dos consumidores. Ou, para nos referendarmos no universo teórico de Bourdieu, essa opção de consumo é, de algum modo, reveladora do *habitus* desses consumidores. O *habitus*, para Bourdieu (2003), é uma espécie de matriz de apreciações, percepções e ações que os indivíduos depositam em suas experiências cotidianas. Segundo Domingues (2001), Bourdieu coloca a possibilidade de inventividade do *habitus*, ao contrário do que propõe leitores apressados daquele cientista social que, apressadamente, rotulam-no de determinista.

As preferências por filmes legendados e dublados por parte do público de videolocadoras de Natal-RN está assim distribuída: **58,75 %** gostam de assistir filmes dublados e **41,25%** preferem filmes legendados. Desse modo, observamos um enorme grau de escolha por filmes dublados, pois muito do público de locadoras, enfatiza a dificuldade de ler as legendas dos filmes. O que o nível de escolaridade ou o nível de renda do público faz pensar a escolha por filmes legendados ou dublados? Dependendo do espaço geográfico e mental da cidade, pode-se pensar no que Bourdieu (2003) chama de posições e condições de classe, isto é, como as preferências e os gostos das classes sociais se diferenciam – pensando os hábitos dos consumidores de locadoras de filmes – de acordo com seu capital econômico e cultural.

Nesse sentido, Bourdieu (2003) enfatiza que o sistema de ensino, como transmissor do poder e de privilégios, contribui para a reprodução da estrutura das relações de classe. Isto é, a estrutura de distribuição das classes ou frações de classe em relação aos consumos culturais segue a lógica da estrutura de distribuição segundo a hierarquia do capital

econômico e do capital cultural entre as classes sociais. Em outras palavras, a elevação do grau de instrução dos consumidores implica na diferenciação (e distinção social) dos produtos culturais consumidos. Assim, o nível de instrução ou o capital cultural podem condicionar a ida ao teatro ou a escolha de ver um filme no cinema ou em casa. O mesmo autor adverte que a frequência ao teatro não depende só do nível de instrução, mas, e isso é igualmente decisivo em seu esquema explicativo, do nível de renda dos consumidores. No consumo de filmes podemos perceber, levando em conta as pistas abertas por Bourdieu, que se a frequência ao cinema ou as videolocadoras depende do capital econômico, ou seja, do nível de renda, não significa dizer que as classes populares não possam ir ao cinema e às videolocadoras consumir filmes. Elas fazem isso, mas seguindo tendências de consumo demarcadas pelo total de capital (tanto econômico quanto simbólico) cristalizado em suas posições sociais.

Na tabela 3, verificamos que a relação entre filmes legendados e dublados se diferencia e se aproxima em determinadas locadoras, pois a localidade (a localização da locadora) ou o grau de escolaridade pode condicionar o grau de preferência dos consumidores de filmes legendados e dublados.

Tabela 3 – A preferência do público por filmes legendados e dublados

<i>Locadora</i>	<i>Legendados (público)</i>	<i>Dublados (público)</i>	<i>% (legendados)</i>	<i>% (dublados)</i>
<i>100% Vídeo</i>	7	3	70	30
<i>Yellow Vídeo</i>	6	4	60	40
<i>FM Vídeo</i>	8	2	80	20
<i>Play Vídeo</i>	2	8	20	80
<i>Stock Games</i>	2	8	20	80
<i>Vídeo e CIA</i>	3	7	30	70
<i>Locadora</i>				
<i>Lunas Vídeo</i>	2	8	20	80
<i>Brenda Vídeo</i>	3	7	30	70
<i>locadora</i>				

Fonte: Jochen Mass

Nesse sentido, é necessário observarmos algumas percepções acerca

do que o público expressou sobre o gosto por filmes com legendas e dublados.

Em relação aos filmes com legendas o público enfatiza sempre esse interesse pela originalidade e autenticidade do áudio, ou seja, das falas dos personagens dos filmes. Para alguns dos entrevistados, o som tem mais qualidade nas fitas legendadas. Nesse sentido, os entrevistados forneceram explicações, algumas vezes, bem técnicas e até criativas quando queriam falar sobre a idéia de originalidade do som nos filmes legendados. Por exemplo, um deles chegou a comentar que a dublagem no Brasil é tecnicamente deficiente, além de as legendas serem descuidadas no que diz respeito à sua tradução. Como ressalta um deles, “Eu gosto de ver a própria voz dos atores. Por que muitas pessoas que estão dublando, às vezes, não tem nada com os atores.” (28 anos, sexo masculino, auxiliar de serviços gerais, 2º grau completo, residente em Nova Descoberta/ **Lunas Vídeo**).

Esse olhar perceptivo que o público lança sobre os filmes legendados está impregnado de significados que os consumidores de filmes elaboram. Como diz um dos entrevistados, “Legendado é original, é a fala do ator mesmo. A gente aprende alguma coisa do inglês ou outra língua.” (40 anos sexo masculino, ajudante geral, 2º grau incompleto, residente em no bairro Rocas/ **100% Vídeo**). Na locadora *100% Vídeo* pode-se observar um interesse do público por filmes legendados por causa da aproximação da língua inglesa através dos filmes. Num outro momento da pesquisa de campo, nessa mesma locadora, um dos atendentes confirmou esse interesse dos clientes por filmes legendados a partir do idioma inglês mostrada pelos filmes que assistem. Alguns deles fazem cursos de inglês, o que explique um pouco esse comportamento do público.

O hábito por preferir filmes dublados está muitas vezes ligado à questão cultural ou mesmo pela própria condição econômica das pessoas. Pode ser muito mais um hábito “entranhado” nas escolhas ou nas atitudes dos consumidores de filmes, pois muitos dos entrevistados argumentaram que não assistem filmes legendados, mas percebem que há uma magia mais encantadora por trás da autenticidade das falas originais dos personagens. Por outro lado, muitos enfatizam que filmes dublados ficam mais fáceis de acompanhar e entender as histórias narradas e muito mais as cenas dos filmes. A dublagem evita que não se

fique lendo as legendas e se perca as imagens. Em verdade, a rapidez das legendas incomoda ao público. Segundo um dos entrevistados, o filme “legendado ou você ler a legenda ou assisti. Para entender precisaria ler em inglês. Não é possível para mim [...]” (26 anos, sexo masculino, embalador de supermercado, residente em Quilômetro, 2º grau incompleto/ **Vídeo e CIA Locadora**). Há alguns que não gostam de ler legendas; outros afirmam que têm crianças em casa, por isso fica difícil alugar esses filmes. Um outro que exalta seu patriotismo dizendo que não é “americano” mas português do Brasil.

Há aqueles que justificam a locação de fitas dubladas pelo fato de não terem paciência para ler as legendas: “não tenho paciência de ficar lendo, ou você ler ou assisti. Eu prefiro assistir.” (15 anos, sexo masculino, estudante, 2º grau incompleto, residente no Alecrim/ **Play Vídeo**). A citação logo abaixo merece destaque pela percepção como a entrevistada fala sobre seu gosto por filmes dublados. Segundo ela, “é mais prático, não preciso estar lendo, não gasta a vista. Legendado é mais criativo, interessante, mas não tenho tempo.” (32 anos, sexo feminino, vendedora, 2º grau completo, residente em Jardim Lola/ **Brenda Vídeo Locadora**). A entrevistada explica sua dificuldade de ler as legendas, mas atribui um significado criativo ao não gostar das legendas nos filmes, ao argumentar que a leitura das legendas atrapalha na percepção visual do filme.



Tabela 4 – O nível de escolaridade por locadora de filme

<i>Locadora</i>	<i>Escolaridade</i>	<i>Público</i>	<i>%</i>
<i>100% Vídeo (Petrópolis)</i>	Superior completo	6	60
<i>Yellow Vídeo (Candelária)</i>	Superior incompleto	4	40
<i>FM Vídeo (Capim Macio)</i>	Superior incompleto	4	40
<i>Play Vídeo (Alecrim)</i>	2º grau completo	6	60
<i>Stock Games (Alecrim)</i>	2º grau completo	6	60
<i>Vídeo e CIA Locadora (Lagoa Nova)</i>	2º grau completo	5	50
<i>Lunas Vídeo (Nova Descoberta)</i>	2º grau completo	4	40
<i>Brenda Vídeo locadora (Igapó)</i>	2º grau completo	5	50

Fonte: Jochen Mass

Na tabela 4, destacamos o grau de escolaridade mais significativo nas respectivas locadoras de filmes investigadas, mas não esquecendo que o perfil escolar dos entrevistados não se limita somente ao que está representado na tabela, pois há entre o público, pessoas com 1º grau completo e incompleto e uma diversificação de nível escolar entre as locadoras que destacamos. Isto é, em determinada locadora pode-se apresentar tanto público de 1º e 2º grau (completo ou incompleto) e nível superior (completo ou incompleto). O que estamos querendo mostrar ao leitor é o que há de realmente significativo, isto é, a ligação entre os espaços onde se encontram as locadoras de filmes que pesquisamos, ou seja, o bairro de localização e como são pensadas as camadas sociais ou as classes sociais dos respectivos bairros. Desse modo, compreendendo alguns aspectos econômicos e culturais que estruturam as preferências e os hábitos dos consumidores de filmes a partir do lugar das videolocadoras, ou melhor, do espaço geográfico e social do bairro onde se localizam.

Aparentemente do que já foi dito sobre o grau de diferenciação econômica e cultural sobre as locadoras investigadas dá para imaginar que a preferência por filmes legendados e dublados está relacionada ao bairro, que por sua vez, está ligado ao capital cultural e econômico que uma determinada classe social detém, como nos aponta Bourdieu (2003). Visto que esse jogo de relações entre os gostos de cada classe, transportado para o campo de consumo de filmes em Natal-RN, apresenta alguns níveis de escolaridade que vão se diferenciar entre as lo-

adoras, assim como as preferências por filmes legendados e dublados se diferencia quando consideramos os bairros que se encontram o público consumidor de locadoras de filmes. É um conjunto de relações que se encontram relacionado uma com outra.

Nesse sentido, locadoras de filmes localizados em bairros da Zona Norte, como Igapó, e Zona Leste, como Alecrim, áreas comumente identificadas como pertencendo, nas cartografias sociais de Natal, como de classes populares, podem apresentar gostos e hábitos diferenciados em relação a outras localizadas em bairros da Zona Sul na cidade de Natal-RN. Pelo menos é isso que sobressai nas entrevistas com os clientes e os atendentes das locadoras. Por exemplo, um filme como *Anaconda 2 – A Caçada Pela Orquídea Sangrenta (2004)*, um gênero de terror, pode ser bem aceito pelo público de bairros como Igapó do que pelo público de Capim Macio, por outro lado, filme como *Diário de uma Paixão (2004)*, um romance, pode está sendo mais procurado do que *Anaconda 2* em locadoras de Capim Macio e vice-versa. Esse exemplo é apenas uma ilustração, mas há várias possibilidades de comparação de filmes consumidos em videolocadoras localizadas em bairros diferenciados de Natal-RN.

Por exemplo, **Yellow Vídeo, 100% Vídeo e FM Vídeo**, ambas localizadas na Zona Sul de Natal-RN e estrategicamente em bairros mais “nobres”, com público de nível escolar entre superior incompleto e completo (ver tabela 4), têm, entre os seus clientes, os entrevistados que mais optam pelos filmes legendados.

Tabela 5 – Relação entre nível de escolaridade e preferência por filme legendado/dublado

<i>Escolaridade</i>	<i>Público (legendado)</i>	<i>Público (dublado)</i>	<i>Legendado (%)</i>	<i>Dublado (%)</i>
<i>1º grau completo</i>	0	2	0	4,65
<i>1º grau incompleto</i>	5	2	13,51	4,65
<i>2º grau completo</i>	10	24	27,03	55,81
<i>2º grau incompleto</i>	4	8	10,81	18,60
<i>Superior completo</i>	9	3	24,32	6,98
<i>Superior incompleto</i>	9	4	24,32	9,30

Fonte: Jochen Mass

Na tabela 5, analisa-se a relação entre grau de escolaridade e preferência por filmes legendados e dublados, mostrando que a diferença de escolaridade influencia na escolha do público ao mostrar uma preferência maior por filmes legendados entre os que têm nível superior, enquanto os que têm um menor grau de escolaridade evidencia-se entre o público a necessidade de ver filmes com dublagem. Estas informações numéricas estão representadas em dois gráficos ilustrativos (Gráficos 1 e 2), evidenciando cada situação em percentual.



Gráfico 1: A preferência por filmes legendados em relação ao nível de escolaridade do público Fonte: Jochen Mass

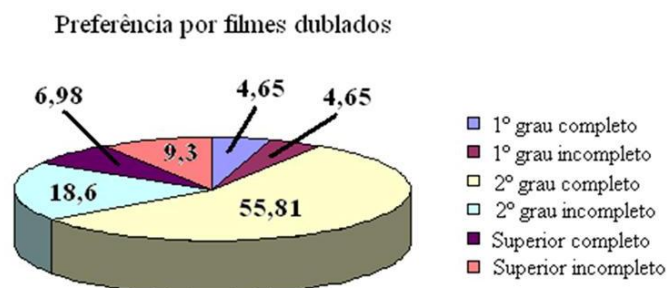


Gráfico 2 - A preferência por filmes dublados em relação ao nível de escolaridade do público

Nesse sentido, o que explica aqueles que possuem 2º grau completo e incompleto prefira mais filmes dublados? Ou mesmo, aqueles que têm superior completo e incompleto preferem filmes legendados? Assim, a relação entre capital cultural entre as classes sociais vai se diferenciar entre os que detêm ou possuem mais capitais culturais, isto é, o nível de escolaridade pode influenciar nas escolhas por filmes legendados ou dublados. Observando a tabela 5, encontramos um pouco dessa relação, de acordo com a tabela, o grau de preferência por filme legendado e dublado varia conforme o grau de instrução. Por exemplo, o público que tem 2º grau completo e incompleto demonstra o preferencial por filmes dublados, ou seja, **74,41%** do público total, enquanto, os que preferem filmes legendados são de apenas **37,84%** do público. Em relação ao nível dos que tem 1º grau completo e incompleto não é bastante significativo em números, mas verifica-se um público de **9,3%** que prefere filmes dublados e **13,51%** os que preferem filmes com legendas.

Dessa maneira, nota-se, que o nível de instrução determina o hábito de consumir filme legendado ou dublado, pois a leitura de legendas requer um conhecimento, mas especificamente, um *habitus* (usando a noção de Bourdieu) adquirido durante o processo de formação escolar ou mesmo pelo capital cultural herdado (através da incorporação de esquemas de percepção propiciados pelo pertencimento a determinados universos familiares) ou adquirido. Mas, é preciso enfatizar que o bairro pode também, determinar os hábitos de consumidores de filmes. Na pesquisa, verificamos que videolocadoras (veja tabela 4) que se encontra em bairros como Igapó, Alecrim, Lagoa Nova e Nova Descoberta

apresentam um nível de escolaridade de 2º grau bastante significativo entre o público entrevistado. Enquanto nas locadoras localizadas respectivamente nos bairros de Candelária, Capim Macio e Petrópolis apresentam um público com superior completo e incompleto.

Por outro lado, quando se observa o perfil dos que têm o ensino superior completo ou incompleto o gosto por filmes legendados se distingue, em relação ao dublado, entre o público. Isto é, **48,64%** dos entrevistados preferiram filmes com legendas e **16,28%** do público disseram preferir filmes dublados.

Outro elemento, este relacionado ao local de moradia onde se localizam os espaços (as videolocadoras) de consumo de filmes, são os preços do aluguel dos filmes por cada locadora que pesquisamos. Segundo a própria visão de um dos atendentes, o preço do aluguel dos filmes entre as locadoras modifica-se por bairros ou zonas (regiões) de Natal-RN, pois, determinados bairros acomodam classes sociais diferenciadas em termos de capital econômico ou capital cultural que possuem ou detêm. Principalmente, quando referimo-nos ao capital econômico, estamos nos referindo à renda que os atores sociais possuem e se diferenciam de outros, seja pela herança (capital herdado ou adquirido). Mas, é preciso esclarecer que o perfil do público de videolocadoras está também, influenciado por uma série de outras práticas de consumo, como o gosto pela leitura de revistas e livros, hábitos de ir ao teatro ou a museus ou até mesmo em suas próprias casas assistindo filmes e outras programações pelas TVs convencionais e canais de assinatura. Por exemplo, o preço do aluguel de filmes no bairro Igapó, na Zona Norte, é menor em relação a outras locadoras localizadas em bairros da Zona Sul. Na tabela 6, verificamos o que estamos analisando.

Tabela 6 – O preço da locação de filmes por locadora (R\$)

<i>Locadoras</i>	<i>Região (Zona)</i>	<i>Bairro</i>	<i>Lançamentos</i>	<i>Catálogos</i>
<i>100% Vídeo</i>	Leste	Petrópolis	5,50	4,50
<i>Yellow Vídeo</i>	Sul	Candelária	5,00	4,00
<i>FM Vídeo</i>	Sul	Capim Macio	5,50	4,50
<i>Play Vídeo</i>	Leste	Alecrim	4,50	3,50
<i>Stock Games</i>	Leste	Alecrim	3,50	3,00
<i>Vídeo e CIA</i>	Sul	Lagoa Nova	4,00	3,00
<i>Locadora</i>				
<i>Lunas Vídeo</i>	Sul	Nova Descoberta	4,50	3,50
<i>Brenda Vídeo</i>	Norte	Igapó	3,50	3,00
<i>Locadora</i>				

Fonte: Jochen Mass

Como já havíamos enfatizado, o preço de locação de filmes varia entre bairros e regiões. Assim, a região Norte e Leste de Natal-RN demonstram preço menor comparado à região Sul. Mas, é preciso ressaltar que a **100% Vídeo**, mesmo localizada na região Leste, demonstra um dos preços comparável as demais localizadas na Zona Sul. Já que podemos pensá-la como uma localidade que acomoda classes sociais mais altas.

O preço da locação de filmes vai diminuindo ou aumentando de acordo com as classificações que as videolocadoras criam para seduzir ou convencer seus consumidores. Dessa maneira, há locadoras que diferenciam o preço entre filmes em DVD e VHS (neste caso, o filme em DVD é mais caro), outras seguem o mesmo preço tanto para um como para o outro, há também, os super – lançamentos, filmes de ponta (filmes que deixaram de ser lançamentos), os acervos (filmes mais antigos), os filmes pornô tem um preço numa das locadoras diferenciado dos demais. Há dias da semana que as locadoras promovem promoções de filmes para alugar (por exemplo, a quarta promocional) e outra locadora que dependendo da quantidade de filmes que o consumidor possa levar o preço pode variar para menos. Portanto, as classificações determinam o preço do aluguel dos filmes entre as locadoras pesquisadas, e que por trás está uma lógica mercantil ditada pelo mercado global de

cinema, isto é, um mercado alicerçado na produção e distribuição de filmes consumidos mundialmente.

## **2.4 O que os filmes suscitam no público de videolocadoras de: “encantamento ou desencantamento?”**

O cliente de locadora quando assiste aos filmes chega a sentir a chamada “magia do cinema”? Trata-se de se questionar, no que segue, sobre o momento de sentir reações que suscitam atitudes, sentimentos, percepções, ou seja, as emoções que se criam diante da tela do cinema, da televisão em suas sessões da tarde ou da noite quando alugamos filmes nas videolocadoras.

Na pesquisa, muitos dos entrevistados disseram que, dependendo do filme, pode-se sentir algo que toca em suas emoções mais profundas. Assim, se o filme locado for um drama, alguns reconheceram, pode suscitar um momento de choro, raiva, tristeza; comédia faz rir ou causa momento de alegria e bom humor; outras sensações, como prazer, excitação e até mesmo, momentos de lembranças, saudades e felicidades; quando o filme é um documentário pode suscitar reflexão ou algo mais. No caso da emoção, isso é demonstrado independentemente de gênero masculino ou feminino: “Sou muito emotivo. Quando estou assistindo filmes de emoção chego a chorar.” (40 anos, sexo masculino, ajudante geral, 2º grau incompleto, residente no bairro Rocas/ **100% Vídeo**). Essa citação demonstra um entendimento de uma parte das falas de entrevistados homens ao falarem sobre esse lado emotivo que eles sentem ao assistir filmes de romance, como foi percebido na pesquisa de campo. Um outro exemplo, de uma das citações de um dos entrevistados, a ilustrar a idéia da emoção vivenciada pelos homens é quando um deles diz que “às vezes eu me emotivo muito que desperta o meu lado sensível. Muitas vezes chego a chorar.” (31 anos, sexo masculino, técnico em enfermagem, 2º grau completo, residente em Santarém/ **FM Vídeo**).

As mulheres enfatizaram a preferência por filmes de romance, pois, para elas, esse filme, em sua grande maioria, causa aquela tão conhecida emoção com as histórias românticas. Como diz uma das entrevistadas: “romance dá aquela sensação, re-acende aquele romantismo dentro de

mim.” (29 anos, sexo feminino, artesã, 2º grau completo, residente em Alecrim/ **Stock Games**).

Entrevistados nos relataram que algumas cenas podem causar sensações fortes o suficiente para fazê-los se sentir participando de situações e cenas apresentadas na tela. Em certos casos, sentimentos de revolta foram evocados pelos entrevistados quando estes se depararam com temas relacionados à temáticas como o cerceamento injusto de direitos. E, ainda mais, o filme pode fazer a imaginação fluir para lugares que os espectadores não costumam ir, o faz também torcer por determinados atos ou atitudes mostradas no filme. O cinema tem essa capacidade de levar o público a dimensões antes inimagináveis, como a lugares não conhecidos pelas pessoas. Aliás, o cinema com advento da modernidade produz as chamadas relações de encaixe e desencaixe entre os lugares como nos aponta Giddens (1991), pois não se precisa estar nos lugares para conhecer as realidades dos lugares, ou seja, através dos filmes (da televisão também) pudemos conhecer histórias e realidades diversas a partir do cinema.

Por outro lado, há espectadores que não costumam sentir algum tipo de reação ao ver algum filme e que não se alteram quando uma cena causa forte sensação no público em geral. Especialmente para estes, a assistência aos filmes é tratada como um mero momento de descontração e entretenimento.

Há também reações de medo, susto, tensão e apreensão, ou seja, dos acontecimentos inusitados que são mais comuns em filmes de suspense ou terror comentado por algumas das pessoas que frequentam o universo de locadoras de filmes. Um dos clientes disse que “quando é suspense eu sonho com algumas coisas não agradáveis. Quando assisto a esses filmes fico morrendo de medo e começo a imaginar coisa.” (22 anos, sexo masculino, auxiliar de produção, 2º grau incompleto, residente em Mãe Luiza/ **100% Vídeo**). Mas, há cliente que não gosta de ver filmes tristes ou mesmo que causem sustos neles. Na fala de uma das entrevistadas, ela argumenta que “a maioria das vezes fico feliz. Só alugo romance e comédia. Não alugo filmes tristes.” (23 anos, sexo feminino, operadora de caixa, 2º grau completo, residente em Jardim Lola/ **Brenda Vídeo Locadora**).

Como já se tinha falado de que os filmes têm essa capacidade de levar os espectadores a lugares diversos como pode suscitar ou explicar



aos consumidores o cotidiano ao seu redor. Nos filmes, também, os espectadores gostam ou mesmo, são levados a se auto-identificar com a história contada, seja em virtude de algum herói ou personagem, e até mesmo os atores que os interpretam, como das histórias reconhecidas pelas pessoas, isto é, das formas de relacionamentos da realidade cotidiana que o espectador vive. E muitas outras formas de encantamento do público pela obra cinematográfica. Os espectadores gostam de vivenciar os personagens do filme, seja o herói ou até mesmo o anti-herói em suas façanhas, juntamente com o som e a fúria dos personagens, se dissolvem no espírito do espectador.

Segundo Martín-Barbero (2001), não só os gêneros cinematográficos, mas, juntamente com o *star system*, foram os dispositivos comerciais que engendraram mecanismos de percepção e reconhecimento popular. Assim, o cinema criou essa identificação do público pelos personagens do filme, pois o público demonstrava seu reconhecimento/identificação com o destino dos heróis que eram vistos na tela. Esse ritual de fusão entre personagem e ator transcendia a idéia de representação, ou seja, a não distinção entre ator e personagem produziu um novo tipo de mediação entre espectador e mito. Nesse sentido, esse imaginário cinematográfico criou uma nova experiência de subjetividade na qual o público idealizou desejos e sonhos a partir do mito da “estrela”<sup>5</sup>, isto é, a identificação de valores e comportamentos fora da sala de cinema, isto é, na vida cotidiana dos espectadores.

Nesse sentido, Morin (1989) diz que a mitologia da tela se estende para além da tela, ou seja, para fora do espelho cinematográfico, pois a vida mítica dos personagens se confunde com a vida real dos atores. Real e imaginário cinematográfico se confundem e se alimentam um do outro. A estrela de cinema representa papéis que ultrapassam as fronteiras da dimensão estética, criando identificações imaginárias no público através de identificações práticas ou de *mimetismo*, isto é, identificações que se processam na imitação de gestos, atitudes, modos de fumar, beber, postura, vestuário, penteado e até o modo de beijar das estrelas dos filmes que marcaram suas vidas, filmes que embelezaram

---

<sup>5</sup> Morin (1989) explica que o mito da estrela, que ele identificou a partir das relações entre a vida real e vida imaginária dos atores do cinema, é um processo de divinização a que é submetido o ator de cinema o qual faz dele um ídolo das multidões. Para maiores detalhes consultar sua obra “*Mito e sedução no cinema*”.

seus sonhos e projetos existenciais. As “estrelas”, também, ensinaram técnicas e rituais de comunicação amorosa a partir de charminhos encantadores e sedutores.

Mas, o público reage ao ser perguntado se em algum momento eles gostam de “entrar” na história do filme, a grande maioria dos entrevistados responderam que não costumam se envolver nas histórias que os filmes projetam. Isto é, **56,25%** do público geral responderam que não. Por outro lado, **27,5%** dos entrevistados disseram que costumam “entrar” no filme. Para **5%** dos entrevistados responderam que depende do filme e **11,25%** deles disseram que algumas vezes se deixam levar pelas histórias dos filmes.

Dos **56,25%** do público que responderam que não costumam se identificar com a história ou com algum personagem do filme, eles mesmos enfatizam que não se dão há essas ilusões de interagir ou imaginar-se com o que as películas cinematográficas passam com suas histórias. Pois, isso é exagero e estaria para o alienado. Como se faz notar nessa citação: “Não sou muito de se dar a essas ilusões, por mais que me emocione.” (27 anos, sexo masculino, inspetor de qualidade, 2º grau completo, residente no bairro Nazaré/ **Vídeo e CIA locadora**). Ou então, quando uma das clientes afirma que: “Não. Geralmente quem assiste filme de romance, mas não gosto de romance, já passei essa fase de coisas de romance.” (32 anos, sexo feminino, vendedora, 2º grau completo, residente em Jardim Lola/ **Brenda Vídeo Locadora**). Outros, só assistem somente para passar o tempo, ou seja, simplesmente como um mero entretenimento. *Filme é um divertimento, uma diversão, filme é filme*. Assim, podemos entender que eles não querem dizer ou não sentem essa necessidade de interagir com a história. Isso nos leva a apontar que a chamada “magia do cinema” é uma experiência estética cuja experimentação pode está relacionada, fortemente, ao universo social (a classe social e a parcela de capital cultural acumulado) no qual o ator/cliente está inserido.

Pensar a “entrada” na história do filme fornece suporte para pensar a contradição entre liberdade e alienação? Nas locadoras de filmes, entre uma delas a **Vídeo e CIA Locadora** que se encontra no bairro Lagoa Nova, **80%** do público entrevistado comentou que não gosta de interagir com a história do filme. Isso não é só visto na locadora citada, mas, entre as outras, há uma grande maioria do público que não costuma

se imaginar, sonhar ou se projetar na história dos filmes. Por outro lado, só notamos um pouco dessa idéia do público querer “entrar” no filme, um pouco mais, na Yellow Vídeo.

Alguns afirmam que separam bem a vida real da ficção, ou seja, que não concebem a idéia de divagar, passear, sonhar com as histórias que os filmes contam. Mas, como compreender essa afirmação de alguns comentários dos entrevistados. De uma forma ou de outra, eles sentem ou se emocionam com essas histórias que são narradas pelos filmes. Até que ponto pode-se afirmar que ao assistir algum filme algo não possa suscitar ou mesmo levar aos espectadores possibilidades de dar sentido ao que sentem diante dessa magia que encanta multidões do mundo inteiro. Sobre essa separação que alguns dos clientes enfatizam entre o real e o ficcional, há uma das entrevistadas concebendo que não se deixa levar pelo filme, pois seu olhar é mais técnico em relação à maneira como foi feito o filme; um outro que diz que é bem realista. No depoimento que se segue, verificamos o quanto os espectadores falam da separação entre o real e a ficção dos filmes. Assim, segue-se a fala do informante:

Não muito, porque a maioria dos filmes que tem ficção utilizam muito o imaginário, coisas que estão fora da realidade. Você sabe que tem coisas que não existem, mas utiliza esses complementos para deixar o filme de uma forma melhor, com mais emoção. (26 anos, sexo masculino, administrador de empresas, superior completo, residente em Lagoa Nova/ **Lunas Vídeo**).

Não deixa de ser curioso observar o público de locadoras de filmes em Natal-RN elaborar sobre o que é filme. Assim, não é raro, que os entrevistados, em diversos momentos, tenham a necessidade de afirmar, especialmente após algum exercício especulativo mais abstrato, o fato de que o filme “é apenas um filme, uma fantasia”. Mas como se muito do que foi mostrado através do “espelho cinematográfico”<sup>6</sup> não ficou tão distante da realidade, diante das modernas tecnologias ou das mudanças culturais que sofreu a sociedade contemporânea? Tudo se passa como

---

<sup>6</sup> Metaforicamente falando do cinema, ou seja, o espelho que se vê através das imagens criadas em movimento pelo cinematógrafo.

se, em algum momento, como que convocados pela dura realidade cotidiana, os entrevistados se constrangessem com os seus devaneios pelo mundo da fantasia.

À parte isso, **27,5%** dos entrevistados responderam que costumam “entrar” no filme propriamente dito. Percebem-se como os personagens do enredo e se imaginam nas cenas. Na fala seguinte, emerge o que acabamos de comentar: “Tem filmes que passam situação da vida. Pequenos trechos do filme lembram a própria vida. Então, você vai se imaginando no lugar do ator.” (27 anos, sexo masculino, gráfico, superior incompleto, residente em Potilândia/ **Brenda Vídeo Locadora**).

Há pessoas que se exaltam ou se revoltam com algumas atitudes dos personagens, da própria história contada pelo filme. É interessante notar isso nessa passagem:

Por exemplo, aquele filme ‘*O Pianista*’ eu me coloquei no lugar dele e tentei imaginar uma pessoa naquele lugar, no gueto de Varsóvia. No filme de suspense, geralmente não procuro ver o criminoso com raiva, mas porque ele tomou aquela atitude. (28 anos, sexo masculino, gráfico, 2º grau completo, residente no bairro Quintas/ **Stock Games**).

No geral, os espectadores demonstram capacidade imaginativa para se colocar no lugar do personagem do filme, de entrar mesmo na história, de “participar” da história ou mesmo de “entrar” na tela, numa espécie de passagem para uma outra dimensão do real. Os espectadores sentem essa necessidade de se transportar para dentro do filme, seja pela história contada ou por algo que chamou muito a sua atenção. Há várias possibilidades de o público se vê na “janela da alma”, a janela que eles se projetam ou se identificam através do mundo representado pelo cinema. Para alguns, dependendo da trama que o filme proporcione, há empolgação. E isso é especialmente mais forte quanto mais a história contada trazer algo que pareça com a vida cotidiana do espectador.

## **2.5 Nota introdutória as narrativas dos consumidores de filmes**

Antes mesmo de analisar as narrativas que os consumidores têm a dizer sobre os filmes que assistem, há um momento do formulário aplicado

nas oito locadoras pesquisadas quando perguntamos ao entrevistado se ele gostaria de comentar algum filme que ele tenha alugado e gostado muito de ter assistido. Pelo que verificamos, algumas das pequenas narrativas dos entrevistados comentaram um pouco da história, mas não a ponto de detalhar mais especificamente a história contada. Algumas vezes, elaboravam certos comentários gerais sobre o filme quando interrogados.

Nesse sentido, destacamos alguns comentários que os entrevistados narraram acerca de alguns filmes mais representativos entre 2003 e 2004 nas oito videolocadoras investigadas na cidade de Natal-RN. Devo, de antemão, advertir que, em virtude das entrevistas terem sido realizadas nas próprias locadoras, essas narrativas são sujeitas a embaraços na hora da entrevistas dado que muito deles não dispunham de tempo suficiente para falar mais sobre os filmes. Por outro lado, o próprio local é propício para o não desenvolvimento de conversas muito alongadas. Daí o desafio de realizar um verdadeiro exercício de garimpagem que a análises desses discursos nos colocam.

Entre essas narrativas escolhemos algumas mais significativas para mostrar como os consumidores de videolocadoras estão fazendo para entender suas próprias elaborações dos filmes que escolheram para comentar. Dentre elas, destacamos:

Filmes como *Lisbela e o Prisioneiro* (2003), produção brasileira na qual os atores centrais da trama são Selton Melo e Débora Falabella:

Não foge muito da realidade brasileira, mostra o interior do Brasil, e é daquele jeito mesmo. Eu gostei. É mais real o filme com a vida interiorana. É daquele jeito mesmo. (36 anos, sexo masculino, autônomo, 2º grau completo, residente em Neópolis/ **FM Vídeo**).

*Lágrimas do Sol* (2003), produção EUA, com Bruce Willis e Mônica Bellucci:

Um filme massa. Muito bom. É sobre um período de guerra, gente que ajuda o próximo. Conta isso. Num país que uma doutora vive ajudando. Que um ator vai resgatar ela mais os outros. Um filme muito bom, que nunca mais tinha assistido, me emocionou demais. Foi um dos filmes

que queria está lá dentro para fazer o que estavam fazendo, ajudar o próximo. (40 anos, sexo masculino, ajudante geral, 2º grau incompleto, residente no bairro Rocas/ **100% Vídeo**).

*Tróia* (2004), produção norte-americana, estrelada por Brad Pitt:

*Tróia* com Brad Pitt. Eu gostei muito. Pela coragem, a força. [...] Pela determinação e o patriotismo. Coisas que chamam atenção: amizade, respeito e consideração pelo próximo. [O entrevistado ainda comentou como significativa a cena na qual o rei de Tróia foi implorar a Aquiles pela devolução do corpo de seu filho]. (22 anos, sexo masculino, auxiliar de produção, 2º grau incompleto, residente em Mãe Luiza/ **100% Vídeo**).

Sobre o filme *Anjos da Noite – Underworld* (2003), produção EUA, com Kate Beckinsale:

Por que é uma história de vampiros e lobisomens, um conflito entre as duas raças. Gostei muito. Com o tempo os conflitos foram evoluindo. Ficou bem legal. (16 anos, sexo masculino, estudante, 2º grau completo, residente no bairro Quintas/ **Play Vídeo**).

O trecho acima merece um comentário à parte. Feito por alguém de uma geração cuja leitura de cabeceira é a saga do pequeno bruxo Harry Potter, aponta para o fato de que, quanto mais jovens os entrevistados, maior a disposição para o envolvimento com temáticas mais propriamente fantasiosas.

*Cazuza – O Tempo Não Pára* (2004), produção brasileira, com Daniel de Oliveira e Marieta Severo, comentou-se isso: “É um filme que fala da realidade hoje em dia dos adolescentes, de muita gente que passa por isso.” (16 anos, sexo feminino, estudante, 2º grau incompleto, residente em Capim Macio/ **Yellow Vídeo**).

Um comentário inesperado (quase cômico) foi um produzido sobre *A paixão de Cristo* (2004), produção EUA, direção de Mel Gibson com Jim Caviezel e Monica Bellucci. Diz o entrevistado que gostou muito

do filme “por que o meu nome é bíblico. David. Então, tem tudo a ver comigo.” (42 anos, sexo masculino, militar, 2º grau completo, residente em Nova Descoberta/ **Lunas Vídeo**).

*Kill Bill – Volume 1* (2003), produção EUA, com Uma Thurman e Lucy Liu:

Um dos melhores filmes que assisti. É interessante demais. É bom. É aventura demais. Ficou aquele suspense de assistir a segunda parte, enquanto não assistir não sossego. [Depois de falar ela começou a comentar a história do filme para o atendente da locadora]. (32 anos, sexo feminino, vendedora, 2º grau completo, residente em Jardim Lola/ **Brenda Vídeo Locadora**).

Quanto ao filme *O Sorriso de Monalisa* (2003), produção EUA, com Julia Roberts e Kirsten Dunst, o informante nos concedeu essa fala:

Muito bom. A história é boa, foi bem trabalhada. Minha mãe é pedagoga e o filme conta isso. Eu já ensinei. Conta alguns tabus das escolas. O mais importante foi isso, a quebra de alguns tabus. (27 anos, sexo masculino, gráfico, superior incompleto, residente em Potilândia/ *Brenda Vídeo Locadora*).

Sobre o desenho animado *Shrek 2* (2004), produção EUA, tivemos acesso a um comentário muito sofisticado feito por um entrevistado que, em determinado momento, passou a explicar ao pesquisador o que era exatamente um *Ogro*. Após deixar claro que um *ogro* era um demônio da floresta, ele comentou:

Ela [o par romântico do *Ogro*] foi amaldiçoada e teve a oportunidade de voltar [a ser humana], mas preferiu ser *Ogro*. Ele era muito carinhoso, ela poderia ter ficado com o príncipe, mas preferiu ficar com ele por que se sentia amada com o *Ogro*, mesmo com a aparência horrível. Ela teve a oportunidade de se transformar em gente, mas preferiu ficar com uma pessoa que amava, ficar *Ogro* por causa dele. (37 anos, sexo masculino, autônomo, 2º grau incompleto, residente em Igapó/ **Brenda Vídeo Locadora**).

Sobre *Irreversível* (2002), produção francesa, com Mônica Bellucci, há um comentário sobre esse filme bastante pertinente. A entrevistada observa:

Gostei por ter sido produzido de uma forma diferente. É feito de trás para frente, se não prestar bem atenção você termina não entendendo a história. Tem cenas pesadas, tanto criminais como de atentados, vandalismos [...] Não faz muito o meu estilo, mas eu gostei pelo forma como foi produzido, pela frieza dos atores. É um filme barra pesada. Ele é francês, não imaginava que ele fosse assim. (21 anos, sexo feminino, vendedora, superior incompleto, residente em Capim Macio/ **FM Vídeo**).

Vale salientar, a respeito do comentário acima, a pouca familiaridade do grande público brasileiro com os produtos da indústria cultural francesa. Fato tanto mais eloqüente se nos lembramos que Brigitte Bardot foi musa inspiradora, nos anos sessenta, de parte da juventude de classe média brasileira. Ajunte-se a isso o fato de que, como elemento de distinção, as classes médias brasileiras cultivam o hábito de consumir os produtos dessa mesma indústria como apelo para o exercício de distinção em relação ao grande público (por elas dito de “alienado”) e o seu culto aos bens culturais (e aqui não me refiro apenas ao cinema) produzidos nos Estados Unidos.

Sobre *Van Helsing – O Caçador de Monstros* (2004), produção EUA, com Hugh Jackman e Kate Beckinsale, o entrevistado comentou sua atração por esses filmes ao dizer: “Por que é um filme de vampiros, mas de vampiros modernos com mais tecnologia, efeitos especiais melhores. Por isso, que gostei muito desse filme.” (26 anos, sexo masculino, administrador de empresas, superior completo, residente em Lagoa Nova/ **Lunas Vídeo**).

Já sobre o *Último Samurai* (2003), produção EUA, com Tom Cruise e Ken Watanabe, um dos entrevistados afirmou: “Foi muito bom. Tinha uma história muito bonita, o trabalho do ator. Emociona muito por que é um filme de ação e tem uma história quase romântica.” (21 anos, sexo masculino, empresário, 1º grau incompleto, residente em Nova Descoberta/ **Lunas Vídeo**).



*Eu, Robô* (2004), produção EUA, com Will Smith, segundo um dos clientes da locadora esse filme, “fala de produção de robôes e o diretor quis mostrar a troca de humanos por robôs e o que pode acarretar. Tipo uma comparação que acontece hoje, troca de mão-de-obra humana por máquinas.” (18 anos, sexo masculino, estudante, 2º grau completo, residente em Lagoa Nova/ **Vídeo e CIA Locadora**). Em relação ao filme *O Senhor dos Anéis – O Retorno do Rei* (2003), produção EUA, com Elijah Wood, Ian McKellen e Viggo Mortensen, um dos filmes com maior repercussão entre o público, foi dito: “Por causa das guerras. É massa. É o filme que tem mais ação da trilogia.” (15 anos, sexo masculino, estudante, 2º grau incompleto, residente em Lagoa Nova/ **Vídeo e CIA Locadora**).

Quanto à trilogia *Matrix* um dos entrevistados falou um pouco da segunda parte, ou seja, *Matrix – Reloaded* (2003), produção EUA, com Keanu Reeves, Laurence Fishburne e Carrie-Anne Moss, afirmou: “Gostei dos efeitos especiais, as lutas, artes macias. A ação foi bem feita. A segunda parte foi mais legal, ação direta.” (20 anos, sexo masculino, estudante, 1º grau incompleto, residente em Lagoa Nova/ **Vídeo e CIA Locadora**).

A partir dessas pequenas narrativas observa-se uma série de significados elaborados. Estes vão desde a identificação com algum personagem do filme, até momentos de satisfação com os efeitos especiais e a ação de filmes. Situam-se aí os espectadores empolgados com filmes como *Matrix – Reloaded*, *Van Helsing*, *O Senhor dos Anéis – O Retorno do Rei*. Ou ainda a identificação com filmes que mostram ou explicam realidades locais e/ou globais. Pudemos perceber também a capacidade do público em fazer conexões sofisticadas, como no comentário de *Eu robô*. Aparentemente banal, o comentário colocado sobre esse filme, nos aponta para um entrevistado que toma o filme como uma referência para especular sobre uma realidade futura na qual a relação entre seres humanos e máquinas seja uma temática socialmente relevante. Filmes com explicações criativas, por exemplo, do comentário sobre o filme *Shrek 2*, um desenho animado que impressionou o consumidor pela sua história, aliás, percebeu-se na entrevista seu gosto por desenhos.

Essas pequenas narrativas dão margem para entrar no terceiro capítulo. Nele, faremos a descrição/interpretação da pesquisa explorando mais detalhadamente as narrativas criadas pelos consumidores.

### 3 Uma “Janela” para o Mundo: magia, criação e interpretação das narrativas

*[...] A narração é um processo no qual os filmes fornecem indicações aos espectadores, que utilizam esquemas interpretativos para construir histórias ordenadas e inteligíveis em suas mentes. Do ponto de vista da recepção, os espectadores planejam, elaboram e por vezes suspendem e modificam suas hipóteses sobre as imagens e os sons apresentados na tela [...].*

Stam

Procuramos apresentar (e analisar) neste capítulo o que os consumidores de locadoras e filmes disseram sobre suas narrativas dos filmes que assistiram, assim como interpretar essas narrativas elaboradas por eles mesmos sobre os filmes mais alugados em oito videolocadoras pesquisadas em Natal – RN. Nesse sentido, buscamos também comparar algumas das narrativas produzidas pelos entrevistados com as sinopses dos filmes. Tais sinopses foram encontradas em pesquisas realizadas na internet, especialmente nos sites relacionados à cultura cinematográfica.

No apêndice A, encontramos uma lista de tabelas com os cinco filmes que foram mais alugados entre 2003 a 2004 entre as locadoras. Esse levantamento foi realizado no período de 01 a 15 setembro de 2004. Ainda é necessário advertir que essa coleta dos filmes mais alugados está em constante mudança, pois, a cada período do ano, surgem novos filmes no topo dos mais alugados entre as locadoras de filmes. No entanto, a nossa proposta foi justamente catalogar alguns dos filmes que estão em constante discussão pela cultura midiática, aqueles filmes convencionais, ou seja, de grande apelo popular. Com base nesses filmes, realizamos as entrevistas as quais apresentamos e analisamos mais adiante.

Para identificação das pessoas a serem entrevistadas, valemo-nos das redes de amizade e dos contatos pessoais. Percurso metodológico que nos possibilitou o contato com pessoas com disposição para falar sobre cinema. Bourdieu (1998), rejeitando o falso rigor metodológico advindo de uma suposta neutralidade relacional entre pesquisador e

pesquisado, defende que o pesquisador tem a liberdade de escolher os pesquisados a partir dos seus laços de conhecimento sem que isso venha a comprometer o rigor da pesquisa científica. O contrário, afirma, é a proposição do mais reles positivismo.

### **3.1 Metáforas e narrativas: modos de imaginar o cotidiano**

A elaboração discursiva e imaginária que se cria a partir das narrativas dos consumidores de filmes de videolocadoras potencializa momentos de elaborações e interpretações da realidade cotidiana, e, em consequência, pistas para pensar a sociedade contemporânea. Principalmente, quando nos portamos perante a uma realidade plena de imaginários de consumo e de consumos imaginários. Esclareça-se que estamos nos referindo aqui ao consumo como algo que também pode possibilitar um momento de produção imaginária que subverte a maneira de ser cidadão nos dias de hoje.

Nesse sentido, buscamos compreender a prática do consumo de filmes a partir das narrativas que são produzidas pelo público. E pensamos essa prática como uma experiência social complexa, algo que, pensando como Max Weber, é um caos que pode ser ordenado a partir das teias de sentido tecidas pelo pesquisador. Um dos desdobramentos dessa percepção é legitimar a seguinte interrogação: seriam visões de mundo essas narrativas criadas pelo público de videolocadoras? As visões aqui enfatizadas estão relacionadas ao universo representado e imaginado no cinema, ou seja, as interpretações que o público mobiliza para explicar seu mundo a partir dos filmes.

Quando comparadas, as narrativas colhidas entre os entrevistados e as sinopses anunciadas nas capas dos filmes das locadoras, ou mesmo os relatos contidos nos canais midiáticos da internet, observamos semelhanças e diferenças nos discursos produzidos. Entretanto, o que nos intriga são os significados que são criados pelo público sobre tais filmes. Ou seja, as narrativas sobre as narrativas. Assim, a partir dos filmes eles criam outras histórias, não no sentido de uma nova criação, mas apenas contam de uma outra maneira, de uma forma instigante, perceptiva, reflexiva, emotiva e explicativa os filmes. Nesse sentido, podemos pensar os filmes como aportes para compreender o real.

### 3.2 Visões de mundo: o “olhar” das narrativas

Quando falamos desse olhar o que queremos fazer entender é esse olhar que os consumidores de filmes em locadoras lançam sobre suas experiências cotidianas. Através dos vários elementos que as obras fílmicas suscitam os consumidores podem construir narrativas que questionem elementos de sua realidade.

#### 3.2.1 Entre o mundo real e o imaginário: passeando no mundo da “matrix”

O entrevistado A. de 23 anos, sexo masculino, jornalista, superior incompleto em filosofia, residente no bairro Mirassol<sup>7</sup>. Frequenta e aluga filmes na **Yellow Vídeo**. Para ele, Matrix foi um bom divertimento, mas também uma obra que suscitou reflexões filosóficas. Nos contou que esperou com ansiedade as obras que deram continuidade à trilogia.

Apesar de sua cultura geral, e da versatilidade com que transita em questões filosóficas, o nosso entrevistado não deixa de recorrer, em suas elaborações, aos temas e produções discursivas propostos pela indústria cinematográfica. À primeira vista, essa apreensão parece contradizer a nossa hipótese a respeito da reflexividade do ator social, mas, quando deslizamos para os detalhes, percebemos as inserções criativas.

Quando falamos desse momento de projeção que o filme transporta para o público não nos referimos somente ao filme em si, mas a própria identificação que o sujeito incorpora em sua narrativa. Na narrativa de A. o capital cultural, expresso em uma formação escolar em filosofia, o leva a perceber, em Matrix “muitas questões filosóficas”. Para exemplificar, cita a cena do diálogo de Neo com o arquiteto, o qual, segundo sua visão, suscita “interessantes questões filosóficas”.

No seu reconhecimento quando perguntado se em algum momento do filme ele poderia se reconhecer ou mesmo de se imaginar com a história do filme, comenta:

Eu me identifico muito com o *Agente Smith*. Eu sempre gostei de vilão e me identifiquei muito com o personagem dele por ele ironicamente ser o mais humano. Ele é uma

---

<sup>7</sup> Os bairros onde residem nossos entrevistados se encontram localizados em Natal-RN.

máquina, mas ele é o mais humano personagem do filme, que as emoções transparecem de uma maneira mais satisfatória do que o *Neo*, que é um personagem mais frio e os outros amigos. Os companheiros de Neo, na jornada, também são personagens estereotipados: o super herói, a heroína, o líder, o messias. E o agente Smith me identifiquei com ele por ser mais humano, personagem mais de emoções mais táteis. (entrevistado A).

A. dá um significado bem próprio quando argumenta ter se reconhecido no personagem do *Agente Smith*, o vilão do filme. Esse universo criado trás uma ponte para entender esse imaginário que foi construído entre o velho embate do herói e do vilão. Da luta entre o mocinho e o bandido. Esse argumento da identificação com o vilão, seja também com o herói do filme, remonta a um momento de projeção que o público de filmes costuma criar quando estão se imaginando ou viajando na mágica cinematográfica. Aqui, o entrevistado deixa transparecer ao dizer mesmo que gosta dos vilões, a possibilidade de fusão entre imaginário e real como nos aponta Morin (1989).

Há um outro trecho que nos ajuda compreender o sentido que os consumidores constroem para os filmes que assistem. São as críticas que eles elaboram, quando interrogados, se gostariam de fazer algum comentário crítico a respeito do filme. No caso de A., é assim que ele se expressa:

Sim. Ele é inferior ao primeiro, na realidade a trilogia ela começou excelente com um grande filme. O primeiro é um marco pelos seus efeitos, pela sua história inovadora, pela abordagem bem do século XXI mesmo e o dois e o três ficaram aquém. Eu critico o filme em momentos de ação exacerbada pouco cérebro, embora tenha esses diálogos que já falei anteriormente, ele é um filme mais voltado pra público adolescente que vai ver efeitos. No fim das contas é um filme limitado nesse aspecto. (entrevistado A)

As críticas feitas aos filmes muitas vezes variam como costumamos perceber nas críticas dos críticos legitimados da cultura cinematográfica. O mesmo ocorre com as críticas ditas do senso comum, feitas pelo

público consumidor em geral. No último caso, críticas que não estão fundamentadas ou preocupadas em produzir argumentos de uma crítica reconhecida, pelos detentores de capital cultural e do poder de nomear, como “sofisticada”.

No depoimento anteriormente, percebemos que A. expõe sua crítica ao filme e acaba dando um sentido crítico quando fala que o filme exagera demasiadamente nas cenas de ação e que o mesmo contém pouca criatividade. Faz também, comparações entre o primeiro filme da trilogia e esse segundo, apesar de ressaltar alguns momentos positivos em relação ao filme. Há um outro momento no qual ele fala nessa direção:

[...] Achei um bom filme, me decepcionou por esse aspecto eu esperava uma história mais bem elaborada, um roteiro mais engajado. Mas é um bom filme para quem gosta do gênero ação, quem gostou do primeiro não vai se decepcionar. Talvez com o terceiro, se decepcione, mas não com esse. É um bom filme, tem algumas questões que deixa com a pulga atrás da orelha e instiga para ver o terceiro [...]. (entrevistado A).

Pensando o filme no âmbito da crítica social, há diversos ângulos que podemos analisar: desde suas viagens pela filosofia desvendando o que é real e virtual, analisando o paralelo entre a realidade e a fantasia, a ficção científica transformando o modo de conceber a nossa realidade futura e indo até as questões religiosas. Assim, ao perguntarmos a A. sobre se o filme mostrou em algum momento elementos para pensar a realidade social sua análise esclarece:

Sim. Acho que é uma das abordagens interessante do *Matrix* é esse paralelo que ele faz com que essa realidade que agente vive de assoberbamento, maquinaria, a tecnologia, problemas de identificação mesmo e a própria falta de um messias que temos hoje em dia. E cristo há dois mil anos hoje em dia já não faz mais tanto efeito. Então, talvez o filme tenha querido mostrar essa coisa de um messias para se apegar, de uma coisa de um pé no sagrado. Então, eu acho isso muito interessante e eu acho que tem a haver com a realidade que agente vive, e nos está mais próximo de que

um *Senhor dos Anéis*, por exemplo, de um *Star War* que são coisas mais fantasiosas mais ficcionais mesmo. *O Matrix* é uma ficção com um pé na realidade, pode acontecer, de alguma maneira. (entrevistado A).

Sua explicação é bastante pertinente e sua percepção é muito interessante quando fala da idéia religiosa que se encontra, segunda sua visão, no personagem de *Neo*. Este reproduziria a figura de um messias. A lógica do salvador está presente no filme: o personagem de Neo é apreendido, por A., como uma metáfora para se entender essa perda de sentido da religião hoje em dia, da falta de um messias, como ele mesmo enfatiza. Neo representa a imagem do escolhido, aliás, no filme ele tem esse papel de salvador da cidade dos humanos em contraposição a ameaça das máquinas. Ele compara a realidade atual com a realidade das técnicas onde as máquinas dominam no lugar do homem. E ainda compara o *Matrix* com filmes como *Star War* e o *Senhor dos Anéis*, estes últimos estariam mais calcados em imaginários mais fantasiosos, enquanto *Matrix* estaria mais próximo de uma realidade mais concreta. Dessa forma, quando o nosso narrador expõe sua percepção, acaba dando uma versão mais elaborada, ele está de certo ponto fazendo uma reflexão do filme mais detalhadamente enquanto narra suas experiências ao assistir o filme.

### 3.2.2 A falsificação do “real” a partir do filme “prenda-me se for capaz”

Vejamos agora a narrativa de F., de 21 anos, sexo feminino, atualmente estagiária de uma empresa, superior incompleto em ciências econômicas, residente no bairro Petrópolis e freqüentadora da locadora **100% Vídeo**, localizada no bairro Petrópolis. Concedeu sua narrativa sobre o filme *Prenda-me se for Capaz*. Nessa entrevista deparamos com uma consumidora de filmes que já tinha sido atendente da videolocadora citada.

Para a entrevistada, o filme mostra o lado da personalidade humana, especialmente sua capacidade de enganar as pessoas e as autoridades através da falsificação de documentos e aplicação de golpes.

Em um outro momento, a entrevistada faz referência a existência de um imaginário construído pela mídia, a partir da idéia concebida da

autoridade policial norte-americana como a maior polícia do mundo, especialmente do FBI. Assim, a nossa entrevistada enveredou, em sua narrativa, em um questionamento sobre a suposta superioridade “americana”.

Sua narrativa mostra também esse fascínio por histórias baseadas em fatos reais (aliás, o filme é baseado em fatos verídicos). A história do filme motivou, pela desenvoltura com que a entrevistada relata os fatos, um grande interesse sobre os limites e possibilidades de transgressão da lei. Ela também consegue perceber o quanto a indústria cinematográfica molda as suas preferências: “[...] Sei que gostei muito da história, até por que se criou uma expectativa muito grande em torno desse filme, todo mundo comentava assim agente já vai assistindo com os comentários que agente escutou com aquela expectativa que o filme é bom [...]” (entrevistada **F**).

Apesar de a história em si do filme lhe fascinar, a narradora deixa entrever seu não reconhecimento com o personagem do filme quando interrogada se chegou a algum momento da história a se reconhecer: “Não. A pessoa em si era dotada de uma esperteza muito grande que acho que eu não sou capaz de fazer.” (entrevistada **F**).

Quando está analisando socialmente o mundo em que vive através do filme, a entrevistada elabora uma explicação para argumentar, de acordo com seu entendimento, que o personagem da história tinha alguns méritos por tentar ajudar sua família. No caso, seu pai e sua mãe. Já que suas atitudes sempre estavam regadas a princípios mundanos como ela mesma observa: “[...] ele esbanjava muito por que como você ganha fácil você gasta fácil, então você gasta mais com futilidades, viagens, mulheres, festas. Era com isso que o rapaz gastava todo o dinheiro que ele ganhava [...]” (entrevistado **F**).

### **3.2.3 “Cidade de deus” – filme x realidade: quando as narrativas falam do real**

Nos quadros do anexo D, demonstramos duas sinopses produzidas pelo público do filme *Cidade de Deus* em comparação com a sinopse do



filme<sup>8</sup>. Nas dez entrevistas realizadas observamos dois pares de interrogados que narram o mesmo filme: um par analisa o filme *Cidade de Deus* e outro, a terceira parte do *Senhor dos Anéis – O Retorno do Rei*. Nesse sentido, podemos perceber comparações entre os diálogos do mesmo filme dos entrevistados **N.** e **M.**: ambos comentaram o filme, *Cidade de Deus*.

Os relatos trazem uma série de informações e explicações sobre o filme. Por exemplo, o conhecimento acerca da polêmica que o filme causou na mídia em virtude de sua filmagem nas favelas. **N.** diz que “[...] o diretor desse filme ele passou por alguns problemas jurídicos. Inclusive foi acusado de está pagando dinheiro pra os traficantes pra poder subir o morro pra gravar [...]” (entrevistada **N.**).

Há um momento que ambos colocam suas críticas em relação à injustiça por parte dos responsáveis pelo Oscar pelo fato de não premiarem *Cidade de Deus*. Isso deixa clara a percepção sobre a construção do mercado cinematográfico, ou seja, de uma indústria que se consolida com as grandes produções feitas para o cinema, principalmente as produções norte-americanas que dominam a grande maioria dos filmes indicados pela academia. As suas próprias críticas em relação ao filme foram favoráveis. Para **M.**, nem é uma apologia ao crime nem uma mitologia ao crime, mas um filme que deve ser analisado a partir do problema do crime organizado estruturando a realidade das favelas do Rio de Janeiro especificamente.

Segundo as visões dos dois entrevistados, o filme mostra vários elementos para se entender a realidade sócio-cultural e política brasileira. Isto é, problemas que são reais, e que, em alguma medida, já foram temas de outras mídias e que apontam para dimensões da violência urbana nas grandes cidades brasileiras. Mais especificamente a realidade do Rio de Janeiro. Todavia, percebem-se vários fatores sociais estruturais da problemática da sociedade brasileira como: violência, o tráfico, as favelas, a criminalidade a serviço do tráfico organizado, a questão escolar, a condição econômica das pessoas que vivem nas favelas, a ausência do Estado e da família, dentre outros, são alguns dos problemas apontados.

---

<sup>8</sup> Nessa lista de sinopses encontra-se um quadro com a sinopse do filme e outra com as sinopses dos entrevistados **N.** e **M.** Nesta mesma lista vão se encontrar as outras sinopses dos filmes em comparação com as elaboradas pelos entrevistados.

Seguindo esse viés interpretativo presente nas narrativas podemos compreender que há nos relatos de cada um. Essa comparação do filme com a realidade, ou seja, da história contada pelo filme com a realidade cotidiana brasileira, mais especificamente com o contexto social nas favelas do Rio de Janeiro como é retratada no filme mesmo. Até mesmo, os atores foram importantes para a atmosfera real do filme, segundo N. ela ressalta o fato de que, no filme, havia atores que nunca tinham interpretado, pois alguns deles foram recrutados da própria favela onde foi palco para a realização do filme. Isso é bastante interessante no entendimento desse paralelismo entre o real e a representação do real a partir da obra fílmica, ou seja, o ficcional refazendo o real de maneira a explicar o cotidiano vivido.

O filme suscitou essa idéia do ficcional da história ao fazer o espectador se comover e se emocionar com algumas sensações de revolta, humor, repulsa em relação à miséria, a banalidade da violência, questões sobre as quais não dá para ficar indiferente. Os filmes têm essa capacidade de refazer o imaginário.

Ambas as narrativas contados falam dessa problemática social como um todo, assim como elas se assemelham e se diferenciam pelas características particulares de cada um ao perceber o filme. Quanto a M., perguntado se gostaria de contar a história do filme, ele relatou uma espécie de sinopse mais detalhada em relação às sinopses ilustradas nas capas dos filmes ou mesmo aquelas elaboradas pelos canais de informações sobre cinema. Não obstante, esse consumidor de filmes introduz na narrativa dados envolventes. Por exemplo, na questão política quando fala da ausência do Estado como mediador dos conflitos entre os grupos sociais (ou poderíamos pensar esses conflitos como expressão de posições distintas, como nos aponta Bourdieu (2003).). Ele também remeteu à corrupção dentro da polícia, da desigualdade social que atinge os atores sociais envolvidos das favelas e aos espaços disputados por grupos rivais da favela.

Essa noção de territorialidade nos espaços está mais presente na narrativa da entrevistada N. Ela comenta:

Sim. Vários elementos, inclusive essa coisa da territorialidade do tráfico, como ela funciona e como ela se instala na área e que nenhum das forças, nem o Estado conseguem penetrar. É um território do medo, no caso a favela. E ele

é controlado ali pelo tráfico pela rede de traficantes e existe toda uma sinalização quando a polícia sobe, o traficante avisa através de fogos. No caso, a polícia não consegue adentrar por que não tem rua [...]. Assim, eles sobem e não conseguem, digamos assim, se situar em determinado local, enquanto o traficante ele está lá, a área dele, o território é dele e ele ainda é respeitado por todas as pessoas que estão na favela por que tem duas relações na favela: tem o medo, a opressão e tem também, o outro lado por que o traficante muitas vezes ajuda a sobrevivência na subsistência das pessoas que estão ali. Então, são verso e reverso de uma mesma moeda. (entrevistado N).

A elaboração da territorialização do tráfico, por ela observada na sua percepção sobre a geografia do tráfico. Neste caso, sua própria formação acadêmica cria elementos para explicar os espaços de construção simbólica de disputas e conflitos entre grupos, linhas imaginárias criadas por eles mesmos para se auto-afirmarem como donos dos espaços. Existe toda uma lógica de divisão e apropriação dos espaços por um dos grupos que comanda seu próprio território. Dessa forma, percebemos na narrativa de N., esse espaço através de sinalizações, marcações e identificações a partir dos lugares. Isso porque, segundo ela, há reconhecimento do lugar por parte das pessoas.

Assim como há essa projeção de si mesmo no filme por parte de N., podemos observar a mesma coisa na narrativa de M., quando explicita seu reconhecimento na história do filme. E, nesse sentido, aponta elementos de sua própria história que se cruzariam com o enredo do filme. Segundo sua visão, ele explica que,

[...] quando criança morei bem próxima a uma área que apresentava problemas semelhantes ao apresentado na comunidade citada, no caso, a Cidade de Deus. Então, não foi uma coisa assim de alguém que pela primeira vez assistiu ao filme numa realidade totalmente diferente. Não. Pelo contrário, de uma certa forma eu cresci próxima a uma realidade extremamente semelhante, com uma diferença, que quando criança a questão maior da criminalidade não era o tráfico de drogas e sim o jogo do bicho, que provocava

violência, rivalidade entre grupos, e no filme já é o tráfico.  
(entrevistado **M**).

Por essa forma, seu significado está intrinsecamente ligado a sua origem, ou seja, a cidade do Rio de Janeiro que já apresentava esses tipos de problemas, mas de certa forma a criminalidade estava mais a serviço do jogo do bicho. É interessante notar o paralelo que ele faz entre a problemática do jogo do bicho de sua época e a realidade contemporânea do tráfico de drogas. A sua identificação com o filme está relacionado também com o seu interesse pelo tema da criminalidade. E isso, em alguma medida, liga-se à questão da ausência do Estado e as lutas que acontecem nesses espaços de disputa por dinheiro e poder.

O entrevistado **M**. aponta duas visões em que se divide a história do filme contada pelo personagem narrador. Segundo sua explicação, há uma espécie de elo romântico na primeira fase do filme e outro elo mais realístico, na segunda fase da história. Isto é, o antes da formação e o depois da organização dos grupos no mundo do tráfico e da criminalidade. Por outro lado, a narrativa de **M**. trás uma visão positiva sobre toda a problemática que gira em torno da história, o que queremos enfatizar são os caminhos que os indivíduos podem construir e subverter na ordem das coisas à maneira que Certeau (1994) fala das caças não autorizadas que as pessoas usam para inventar o cotidiano. Nesse sentido, os personagens do filme têm essa capacidade de buscar caminhos diferentes apesar das condições estruturais (a vida em uma favela), mas, mesmo assim, há aqueles que escolhem não se submeter a essa ordem do crime.

Seguindo ainda, a lógica da exclusão dentro das favelas, segundo a visão de **M**., a idéia que se tem da favela como um espaço de indivíduos condicionados ao crime, ou seja, que eles não têm ou não podem crescer profissionalmente na vida é bastante contraditório no que se tem construído no imaginário social das pessoas. Isto é, a condição daqueles sobre os quais pesam o estigma.

De uma maneira ou de outra as duas narrativas enfocam esse problema da criminalidade ligada ao tráfico de drogas e suas conseqüências na formação das pessoas que vivem nesse cotidiano conflitivo. Obviamente, cada relato tem suas especificidades na explicação da realidade cotidiana das favelas no Rio de Janeiro. Em outras palavras, na forma

de construir sentidos e significados diferenciados para os dados de realidades presentes no filme.

### 3.2.4 O universo mitológico: a saga de “o senhor dos anéis”

Neste ponto, vamos analisar as três narrativas produzidas sobre o filme *O Senhor dos Anéis*, mais especificamente as partes finais da saga mitológica, ou seja, *As Duas Torres* e *O Retorno do Rei*. Logo, as três narrativas de **B.**, **C.** e **D.** estão relacionadas assim como se diferenciam. Mas, é preciso ressaltar que **B.** está comentando a segunda parte e **C.** e **D.** a última parte da trilogia. De acordo com os relatos desses entrevistados podemos perceber elementos explicativos e significativos para certo entendimento da realidade cotidiana a partir dos filmes considerados.

Na narrativa produzida por **B.** notamos sua convicção positiva sobre a produção do filme. Para ela, os elementos estruturais da obra fílmica são: a direção, o roteiro, o figurino, os atores, os efeitos especiais etc. No entanto, não só verificamos isso no seu relato, mas nos relatos de **C.** e **D.** Dentro dessa lógica, observamos as críticas que fazem, e como fazem. Isto é, as maneiras como eles elaboram críticas até bem formuladas, significativas e interpretativas sobre o filme. Para **C.**:

[...] ele conseguiu misturar bem todos os elementos de cinema desde, como falei, a clássica história do bem contra o mal, mas conseguiu ser inovador dentro dessa perspectiva, os avanços tecnológicos dentro do cinema que vieram acontecendo nos anos de som e de efeito visual. O filme conseguiu empregar muito bem ele tava lá a serviço da história e não para ser a história. Acho que algumas críticas que se fizeram de ser um filme vazio, acho que não. Acho que o roteiro está lá muito bem amarrado cada personagem tem alguma coisa a dizer alguma coisa a mostrar, às vezes, as pessoas esperam que uma história voltada para o cinema vai ter que ter um papo cabeça ou algo bem polêmico, às vezes não, através de mensagens simples você consegue deixar uma história melhor pra quem está assistindo. (entrevistado **C.**)

Nesse sentido, ao observar essa crítica entre outras notamos que os consumidores de filmes, quando elaboram suas críticas sobre os filmes,

eles subvertem as críticas muitas vezes elaboradas pelos críticos de cinema ou mesmo os discursos produzidos pela mídia. Segundo esse relato, podemos verificar esse potencial reflexivo que a narrativa de **C.** demonstra quando fala das críticas que se fizeram ao *Senhor dos Anéis* como da análise que ele criou ao compreender esse filme, em comparação com *Guerra nas Estrelas* e *Matrix*, no que se refere ao modo de revolucionar a maneira de fazer cinema, ou seja, mas especificamente os efeitos especiais explorados nesses filmes. Neste caso, **C.** está falando da terceira parte da saga, mas observa-se isso também, nas narrativas de **D.** e **B.**, apesar deste último comentar a segunda parte da trilogia. Mesmo assim, ambos ressaltam a admiração pelos efeitos especiais. E, seguindo nessa direção, chamam a atenção para os méritos da direção em criar a partir do universo mitológico do livro de Tolkien um mundo de seres e criaturas imaginárias para o filme. De uma forma ou de outra os efeitos especiais não se sobressaíram em relação ao enredo do filme e os personagens, porém estão presente para complementar todo aquele universo de fantasia, como comenta **C.** em seu relato.

Assim, como esse filme é um filme de fantasias, ele trás à tona literalmente esse universo de mitos que se constroem a partir das histórias contadas pelos filmes. No entanto, observamos isso não só no seu enredo, mas nas próprias narrativas criadas pelos consumidores de videolocadoras.

Assim, no relato de **C.** há essa nítida identificação e projeção da luta do bem contra o mal. Isso é perceptível, mesmo quando afirma que a história faz remontar a sua infância, pois trás essa sensação de querer torcer pelo bem. Dessa maneira, é uma espécie de retorno ao passado, do encontro com os velhos ídolos que ainda fazem parte do imaginário das pessoas, ou seja, os heróis que representam o lado do bem, aqueles sujeitos representantes do equilíbrio e da ordem social. Na verdade, está incluso na sua narrativa uma espécie de mecanismo de identificação com o destino dos mocinhos no filme *O Senhor dos Anéis – O Retorno do Rei*.

Em relação a esse mundo de fantasias que o filme explora, atentamos para a narrativa de **B.**, pois no seu relato, nota-se seu grande interesse pelo universo mitológico contido no filme. Esse aspecto está presente em sua narrativa como um todo. Como ela mesma frisa, gosta de mitologias nórdicas e de religiões pagãs antigas. Então, esse elemento

está inserido em sua própria identificação com esse universo de mitos e religiões. Há um momento de sua entrevista que relata algo interessante sobre esse conteúdo religioso ou mesmo místico, é quando destaca sua compreensão da relação do filme com a religião cristã. Notamos isso em sua elaboração bastante pertinente,

[...] o autor era super católico, ultra católico e ele pegou elementos de diversas religiões, mas para enaltecer o próprio cristianismo. Você ver a figura de uma pessoa salvadora, de uma pessoa até bem parecida fisicamente com os traços do Jesus que é mostrado ocidental, barba, o cara meio loiro, cabelos. São coisas assim que pode não fazer muito sentido, mas assim pelas características do autor ele quis passar um pouco das suas convicções pessoais na história. É interessante por que ele sempre em todas as suas obras abordou a mitologia pagã [...]. (entrevistada **B**).

Pensar a realidade a partir de um enredo que é pura fantasia, eis uma possibilidade que expressa a reflexividade e a capacidade instituinte do ator social. A narrativa acima subverte alguns pré-julgamentos acerca de filmes como *O Senhor dos Anéis*. Para **B.**, a história do filme nos leva a uma espécie de analogia com a sociedade atual. O filme mostra elementos para pensar questões de poder, coragem, lealdade ou mesmo da superação de si mesmo. Algumas dessas questões vão estar presentes também na narrativa de **C**.

Em relação ao poder, podemos propor, a partir das narrativas construídas pelos entrevistados, que o filme proporciona uma interpretação na qual ele não é uma coisa (algo a ser tomada, apesar do poder contido no “um anel”), mas uma relação social, algo relacionado com os sentidos construídos pelos personagens seduzidos pelo poder do “anel” (suas ambições, desejos e “vontades de poder”). Assim, o filme também pode ser apreendido como uma metáfora das ambições e fraquezas “humanas”. Por outro lado, como apontam os nossos entrevistados, o filme também pode ser visto como uma boa amostra das possibilidades de convivência com a pluralidade. Esse o caso da “Sociedade do Anel”, a qual une “seres” (na nossa gramática, grupos étnicos distintos), como hobbits, elfos, anões, feiticeiros e outros.

Assim, o filme mostra elementos de amizade e lealdade que regem a essência da história. É o que está bem presente nos personagens de *Frodo* e *Sam*, os responsáveis, embora que numa consequência não intencional, pela destruição do anel. Há, como positividade a ser destacada (e que implica em importantes redefinições de posturas na contemporaneidade), a superação de si mesmo no enfrentamento de obstáculos aparentemente intransponíveis. **B.** e **C.** chamaram a atenção para esta possibilidade de leitura presente no filme. Assim, na sua narração, **C.** afirma:

[...] acho que o principal foi isso aí a questão de você acreditar em você mesmo. A velha história como o eixo do filme é a velha história clássica do bem contra o mal. A mensagem que ele passa ou aquilo que você pode aplicar na sociedade também, é o mais simples que é a questão da superação de que você pode, por que o que deve no final das contas, o personagem que fica responsável pra destruir o anel é uma espécie de anão que não tem poder, ele não sabe lutar, é o personagem mais frágil da história e mesmo assim, ele não é só o responsável por destruir o anel como ele consegue destruir. Então, eu acho que é isso daí, é você acreditar em você mesmo e superação. Eu acho que uma coisa que você pode aplicar todo dia em qualquer projeto que você venha fazer seja no seu trabalho, seja na sua comunidade, seja numa ONG que você vai abrir. Acredite-se naquela perspectiva de que o seu sonhozinho de que seu grãozinho ele pode trazer grandes benefícios pra a sociedade no geral. (entrevistado **C.**)

Na perspectiva social que o narrador relata observamos isso na figura dos anões, e, de forma mais especial, em relação aos hobbits, personagens aparentemente pequenos e frágeis, mas que, de certa forma, transmitem coragem e determinação. Ou seja, são atores que criam estratégias de atuar e pensar sua própria condição social no mundo. Nesse relato, podem-se buscar elementos para pensar a superação do próprio indivíduo como bem comenta **C.**, usando uma espécie de metáfora para compreender como os indivíduos se comportam diante do egoísmo que



tanto rege os atos e atitudes de todos, segundo o entrevistado, na atualidade. A narrativa de C. procura estabelecer um paralelo com a sociedade em geral ao focar os momentos de interação entre os personagens de Frodo e Sam. Aliás, segundo sua visão, eles conseguem subverter esse caráter de superação de si mesmo ao final do filme quando o anel é destruído.

Para Mazursky (2004), tecnicamente, a “sociedade do anel” fracassa, pois, Frodo foi incapaz de arremessar o anel no fogo. No momento final, o anel é nada menos destruído senão por acidente (no caso, a intervenção do maligno Smeagal). Em outras palavras, o mal (o poder?) e sua sedução são mais poderosos do que se imagina. A ferida de Frodo, que nunca cicatriza, é uma metáfora de um mundo maculado pelo mal onde não se pode mais voltar a ser o mesmo. De qualquer forma, não queremos entrar nesses detalhes de como o anel foi destruído realmente, mas a produção de sentido que nosso entrevistado elabora quando interpreta as atitudes e as ações de Frodo e Sam, tomando-as como exemplares de uma das dimensões do atuar no mundo: a superação do ser humano diante das relações de poder que rege a condição humana.

Uma outra observação nas narrativas produzidas sobre a terceira parte da trilogia do Senhor dos Anéis está presente na relação entre as narrativas de C. e D., no caso, diferenças de entendimento sobre a forma de pensar acerca da obra. Enquanto, para C. a lógica de explicação estaria mais no âmbito do cultural; para D., o que é mais interessante na obra é a sua característica de entretenimento de boa qualidade. Nesse sentido, podemos notar na elaboração deste último que ela vai está bem ligada à lógica do consumidor como fã da trilogia e que ele a toma apenas como um momento de puro divertimento. Ele próprio encara o filme como um filme de fantasia e entretenimento puro. Isso é verificado em alguns momentos quando fala do gosto pelos efeitos especiais e da convicção de fã da trilogia ao saber que a trilogia estaria no fim de sua saga mitológica. Aliás, é o clima de despedida que faz com que *O Senhor dos Anéis* cumpra a condição de mais um fenômeno especial na história do cinema contemporâneo, juntamente com *Star Wars* e *Matrix*.

### 3.2.5 Vidas imaginadas: quando me identifiquei com o “prisioneiro”

Para compreender porque os filmes têm essa capacidade de, ao mesmo tempo, potencializar gramáticas narrativas utilizadas pelos homens e mulheres no seu dia, vale a pena levar em conta a narrativa de **J.** Se é verdade que a complexa articulação entre realidade e fantasia possibilita ao espectador viver situações de projeção/identificação, temos situações, como é o caso de **J.**, nos quais essa identificação possibilita mesmo um exercício de auto-conhecimento com importantes impactos na construção de sua biografia de vida.

A narrativa de **J.** está ligada a um momento bem especial que enfrentou em sua vida: de rompimento e tentativa de reconstrução de uma ligação amorosa. Assim, ao assistir a *Lisbela e o Prisioneiro*, ele “viu” sua história projetada na tela.

Para **J.**, o filme foi marcante exatamente por possibilitar essa re-elaboração de uma situação vivida. A forma como **J.** narra, singular e não muito usual: ele relata, em tom francamente emocional, os sentimentos desencadeados ao assistir ao filme. Aqui, percebemos uma narrativa emotivamente falando de sua intimidade, que caminha em terrenos subjetivos do próprio narrador de sua história. Até mesmo a trilha sonora do filme tocou em seus sentimentos em relação para com a outra pessoa. A sua própria sensibilidade está presente quando canta alguns trechos da trilha sonora do filme, música da autoria de Fernando Mendes e cantada por Caetano Veloso. Alguns desses momentos nostálgicos estão presentes nesse trecho bastante pertinente, quando está falando de seu reconhecimento no filme,

Eu pelo menos quando eu to em alguma situação complicada sentimentalmente falando, parece que você tende a achar que a história todinha é você [...], bem engraçado acontece com música essas coisas. E eu tava bem nesse momento na vida vivendo aquela parte da trilha sonora “[...] e agora que faço eu da vida sem você, você não me ensinou a te esquecer [...]”. Então, quando todas as cenas mais melosas assim, vamos dizer: de amorzinho, de rapazinho preso e ela indo lá e eu ali aprisionado sentindo aquela distância da minha antiga companheira também, que a gente

ao mesmo tempo perto mais tão distante. Eu lembro que eu fiz bem nessas minhas viagens de abstração quando estou assistindo o filme eu vi bem essa imagem assim, cara eu to detrás de uma cela também, sabe assim, que to ali, mas tem umas barras ali, uma parede que não ta me deixando ir totalmente onde eu possa ir até a minha amada [...]. Então, acho tem uma cena que ta ele, acho que eles tentam se beijar entre a cela e aquele lance atrapalha mesmo, o próprio ficar dentro da cela outro ficar no lado de fora, essa cena marcou e pra mim era eu ali.[...] (entrevistado J).

Nesse trecho, percebe-se toda essa construção subjetiva do espectador no filme. Ele realmente *mergulha* na história. É o aprofundar-se no filme que o espectador costuma realizar em suas andanças pelo *cinematógrafo*<sup>9</sup> ou mesmo o *espelho cinematográfico*, uma espécie de espelho que reflete a si mesmo. No caso, um exercício reflexivo na re-elaboração de uma experiência emocionalmente forte. Esse *mergulho cinematográfico* na obra fílmica está relacionado exclusivamente a sua identificação/projeção de si mesmo, reflexo refletido a partir de sua história particular. Na verdade, ele vive um momento de contemplação ao se imaginar e se identificar com o filme.

A relação de vida imaginária e vida real, ainda estão presentes em outra passagem da narrativa de J., está outra citação nos é bastante pertinente para a compreensão do espectador enquanto reflexo de si na história do filme. Dessa forma, ele percebe,

[...] esse filme foi interessante por que eu assisti esse filme e na outra semana que assisti esse filme a minha ex-companheira disse que tinha assistido esse filme e que pra ela foi muito emocionante também, por que do mesmo jeito que eu tinha lembrado muito e acabou que a gente ficou de novo [...]. O filme acabou de certa forma, não sei, amolecendo

<sup>9</sup> Idealizado pelos irmãos Auguste e Louis Lumière em 1895, o aparelho – uma espécie de ancestral da atual filmadora – era movido à manivela e utilizava negativos perfurados, substituindo a ação de várias máquinas fotográficas para registrar o movimento. O cinematógrafo tornava possível, também, a projeção das imagens para o público. O nome do aparelho passou a identificar, em todas as línguas, a nova arte (ciné, cinema, kino etc.).

os dois que a gente voltou assim, mas depois realmente não tinha nada a ver e a gente separou de vez. Tem essa história aí [...] do filme eu vi depois, ela viu e eu comentei que tinha visto, a gente comentou junto, mas tivemos mais ou menos as mesmas sensações do filme. Estávamos vivendo o momento, aquele momento. Foi um filme marcante pelo momento. (entrevistado **J**).

A partir do relato logo acima, podemos notar esse ritual cinematográfico reconstruindo o romance entre o entrevistado e sua amada. Ele se deixa contar através de suas sensações e das emoções que o filme lhe proporcionou. De certo ponto, o filme serviu como uma metáfora para se entender o reencontro entre eles. Isto significa dizer que a arte refaz a vida e a vida imita a arte. Poderíamos até conceber que ambas são as duas faces da mesma moeda. São relações entre filme x realidade ou realidade x filme que se confundem e se misturam na explicação do que seja real ou ficcional na realidade. Assim, o filme interpela na realidade do espectador quando ele mesmo afirma que ao assistir *Lisbela e o Prisioneiro* resgatou o velho romance, pois percebemos a ficção se misturar com o cotidiano dos espectadores quando há a concretização do retorno entre o casal. Mas tudo se passa como, num passe de mágica, o cinema tivesse essa capacidade de revelar e ao mesmo tempo de enganar.

Todavia, é preciso ressaltar que ambos foram metaforicamente seduzidos pelo *espelho cinematográfico* e envolvidas novamente numa história de amor. Algo similar, poderíamos dramatizar metaforicamente, ao que ocorre com o personagem de *Cecília*, no filme *A Rosa Púrpura do Cairo* (Wood Allen, 1985). Para Barbosa (2000), a obra de Wood Allen presta homenagem ao cinema e ao ritual cinematográfico a partir da captura do imaginário do público. Nesse filme, nota-se Cecília “entrar” no filme, numa radicalização da magia do cinema. A personagem foge – o filme como “fuga” do real – da sua realidade cotidiana e encontra abrigo no cinema para se reencontrar novamente através do seu filme predileto, o qual assiste por vezes seguidas.

Nesse sentido, assim como *Cecília*, que de tanto se imaginar na história do filme, termina tragada pela obra fílmica, também **J**. se enreda nas teias de significações possíveis propiciadas pela assistência do filme. Contudo, é necessário salientar que esse filme carrega, até mesmo

em seu eixo narrativo, uma história dentro de outro filme. Como nos alerta Mazursky (2003), metalingüisticamente, *Lisbela e o Prisioneiro* pode ser apreendido como um filme sobre o cinema. Nele, os velhos clichês são re-atualizados (e, quem sabe, os clichês não tenham sido as chaves-mestras do exercício reflexivo de **J.**): a moça ingênua se vê através dos seriados exibidos no cinema da cidade; há também, o mocinho, a mocinha, o vilão; e, para completar, há o final feliz entre a mocinha e o herói.

Tal como *Cecília*, **J.** se projeta num filme para superar uma carência (ou uma fome existencial fundamental): aquela do lugar do (a) outro (a) em nossa vida. Dessa forma, caso os dados de realidade de sua narrativa sejam verdadeiros, **J.** e sua ex-companheira tomam o filme como ponto de apoio para elaborar (e para depois viverem o fracasso de) uma renovação de ligação amorosa rompida. É interessante observar que o filme acabou suscitando em suas vidas reais elementos fictícios na história. Aqui, a realidade e a ficção se misturam e a magia do cinema se realiza em sua plenitude.

Em sua narrativa, ainda percebemos a observância da problemática social nordestina. **J.** chama a atenção para o cenário do filme e seu enredo. Para o cotidiano interiorano de cidades ou lugares pequenos. Essas referências levam-no a retomar contatos com o mundo sertanejo de onde veio. E o entrevistado faz referência a diversos elementos da realidade social do interior nordestino de até algumas décadas, tais como: a defesa da honra pessoal como algo colocado acima dos projetos individuais (como ocorre com os indivíduos imersos na modernidade); a vida (e a sua defesa) como algo frágil diante de estruturas que aparecem como colocando-se acima, e quase intangíveis, dos homens. Há ainda, uma situação que é bem típica do interior, a do sujeito que passar um bom tempo em São Paulo ou Rio de Janeiro e volta com um sotaque diferente e *carregado*, como é comum ser observado pelas pessoas do lugar. Alguns desses elementos, segundo a visão do entrevistado, fornecem pistas para se pensar as relações sociais. De alguma maneira, ele está refletindo sobre o cotidiano vivido e pensado por ele mesmo. Assim, percebemos sua identificação no filme a partir de suas experiências, de outrora, vivenciadas na realidade.

### 3.2.6 A questão cultural no filme “o último samurai”

Antes de assistir ao *O Último Samurai*, a entrevistada L. não imaginava que o filme pudesse lhe chamar tanto a atenção. Até o título da obra não a encorajou a comprar um ingresso e ir ao cinema. Mesmo se a presença do ator Tom Cruise, de quem ela é fã confessa, fosse um elemento de inegável atração.

Alugou-o muito tempo depois de a sua “onda” (as matérias encomendadas na imprensa suposta “cultural” e o pesado marketing já ter saído de cena) e afirma ter gostado do filme. Quando perguntada se tinha em algum momento do filme se identificado ou se imaginado na história, a entrevistada responde que não. Notamos em um momento de seu relato, a negação do ritual de contemplação com o filme ao relatar que:

[...] eu não chorei não vendo o filme, mas o filme é emocionante assim, mas não sou muito de chorar vendo o filme não. Não chego assim, a me emocionar a esse ponto, mas o filme é emocionante por que ele é uma lição mesmo assim, é uma lição de honra, de princípios e merecem ser levados em consideração, faz refletir. Posso dizer que causou pelo menos isso assim, [...] você pensa em algumas situações [...]. (entrevistado L).

Por outro lado, sua explicação apresenta um pouco de contradição, pois, o filme suscitou alguma coisa e foi emocionante para a entrevistada por, segundo ela mesma, ser uma história cativante e uma lição de vida. A história da relação entre um oficial norte-americano e a cultura dos antigos guerreiros japoneses, os samurais, não deixam de potencializar pistas de reflexão sobre a diversidade cultural. A entrevistada consegue elaborar um consistente discurso sobre o jogo de interesses e conflitos entre a disputa entre tradição e modernidade. Consegue ainda captar os elementos (em verdade, cenários de fundo) relacionados à modernização do Japão. Isso porque a chegada do oficial norte-americano, instrutor contratado para treinar o exército japonês na luta deste contra os guerreiros da escola antiga que se recusavam a aderir a métodos modernos em via de transformação do país, é o ponto de partida para puxar os fios da meada do encontro com a alteridade.

Nessas disputas e interesses políticos presentes no enredo do filme, segundo a visão de **L.**, surge uma história de redenção de si mesmo do personagem central. Isso se dá através do reconhecimento da força dos princípios morais e filosóficos do grupo de samurais que o oficial combatia. Segundo a visão da entrevistada, além de se identificar com os valores do grupo, ele se apaixonou por uma das mulheres desse mesmo grupo. Notamos um pouco de elaboração filosófica e romance na maneira de entender a cultura oriental dos samurais.

Quando pensamos o filme em termos sociais, ou seja, quando explicamos socialmente a narrativa da entrevistada, verificamos uma ordem cultural que circunda um pouco da história que ela nos conta. Dessa maneira, a partir do personagem Nathan Algren, o oficial norte-americano e sua ligação com a cultura samurai, percebem-se o choque de civilizações, isto é, as relações de desconhecimento entre valores ocidentais e orientais. Para **L.**, no filme há a idéia de realidades diferentes, de sociedades diferenciadas de acordo com seus costumes, crenças e valores, segundo ela, o que se tira do filme são esses questionamentos morais e éticos que o filme explora, (principalmente, nos diálogos entre o oficial Nathan Algren e Katsumoto, o senhor da província, o verdadeiro samurai do filme), segundo um conjunto de normas da cultura samurai.

Todavia, esse choque cultural que se percebe no filme está ligado à idéia de pensar o *outro*. Tal dimensão está presente nas atitudes do oficial, especialmente na sua interação com o grupo de samurais. Segundo **L.**, há uma nítida relação de quem está de fora e quem está dentro da província, algo que demarca o espaço dos guerreiros samurais. Nesse sentido, observa-se intrincada rede de contatos culturais entre quem está fora e dentro do espaço.

No geral, a narrativa da entrevistada considerada nesse momento transmite um pouco desse conhecimento que o público adquire acerca dos costumes e hábitos da cultura oriental japonesa, e, em especial, da tradição dos samurais. Vale a pena realçar esse traço: o filme é, cada vez mais, um meio de aquisição de informação e de enriquecimento dos repertórios culturais dos seus consumidores.

### 3.2.7 O aquecimento global: ontem, hoje e amanhã

Na narrativa contada pelo entrevistado **E.** está presente a grande preocupação com a questão do ambiente, especificamente o aquecimento global do planeta, temática bastante discutida no mundo inteiro por cientistas, políticos e ambientalistas. O filme tomado como referência para essa é *O Dia Depois de Amanhã*. Apesar da história que o filme explora nos pareça tão inverossímil e absurda, o mesmo faz pensar e refletir sobre sua possibilidade real num futuro não muito distante. Na análise de **E.**, o filme é uma perspectiva futura do que pode acontecer com o planeta, dado que, segundo ele, verifica-se constantemente o aumento da temperatura global em nosso planeta.

Essa perspectiva de futuro catastrófico (uma verdadeira distopia ecológica) provocou nesse narrador sensações de medo quanto a possibilidade de uma possível realidade num futuro próximo. Essa sua preocupação com o planeta está presente no aumento do grau de reflexividade que o agente social adquire com as constantes discussões que vem atravessando o mundo. De certa forma, o filme possibilita uma reflexão sobre a noção de *risco*, Giddens (1997), isto é, perigos e possibilidades destrutivas potencializadas pelo desenvolvimento da própria lógica da *modernização reflexiva*. No caso em apreço, do risco do que pode acontecer com o planeta, caso se mantenha, nos próximos anos, o ritmo atual de aquecimento do planeta.

Segundo o seu relato, ele diz que a metáfora que o filme *O Dia Depois de Amanhã* mostra é que ainda há tempo para tentar salvar o planeta da destruição. Sua preocupação está ligada a sua identificação com a temática do aquecimento do planeta, não no sentido de se imaginar em algum personagem, mas com a questão explorada pelo filme, da sua condição de agente que tem o papel de pensar e tentar mudar o futuro do mundo.

A partir de sua preocupação, ele está pensando socialmente a problemática que gira em torno da história do filme. Há uma passagem da sua elaboração da qual podemos extrair de sua análise social:

Sim. A realidade social que eu vejo pode não está diretamente ligada ao filme, agora ela me fez refletir o seguinte, o ser humano colocado no filme a metáfora que ele deixa é que nós somos responsáveis pelo que pode acontecer, o



filme deixava bem claro isso. Então, a minha responsabilidade social eu tenho que cada vez mais tentar fazer com que o ser humano reconheça o que ele pode fazer com o planeta. Essa é minha responsabilidade social. Então, eu vejo nisso me enquadro dentro disso, ser um multiplicador do assunto. A responsabilidade social que eu vejo é isso aí. (entrevistado **E**).

O que ele está explicando é o que, de algum modo, apontamos antes: a consciência da responsabilidade de cada, enquanto sujeito ativo, com o destino do planeta. Dessa forma, observa-se que o homem é responsável por si mesmo e pelo que ele pode fazer com o seu habitat (preservá-lo ou destruí-lo). Assim, sua narrativa nos remonta para a reflexividade do consumidor de filmes, pois se observa uma produção de sentido quando nos mostra, no seu diálogo, o papel social do indivíduo em seu mundo, enquanto sujeito transformador ou destruidor do seu próprio planeta.

## Considerações finais

Para compreender o que se passa culturalmente com os atores sociais que consomem filmes em videolocadoras é preciso, ante de mais nada, situá-los no âmbito de suas experiências cotidianas. Isto é, no conjunto de suas experiências e, nelas, o espaço ocupado, nos seus repertórios, pelas narrativas fílmicas vivenciadas. Ou, como fizemos no decorrer deste trabalho, procurando encontrar os sentidos, os nexos e as referências de que se servem os consumidores de videolocadoras nas suas práticas de consumo.

Esse caminho nos possibilitou trilhar um caminho bem distinto daqueles seguidos pelos que adotam perspectivas analíticas que, centradas no peso dos constrangimentos estruturais, mostram-se incapazes de perceber o papel ativo e reflexivo exercido pelos atores, mesmo quando envolvidos em práticas, como o consumo, tão distantes, aparentemente, da reflexão crítica. A nossa pesquisa trilhou percursos que a distancia e, mesmo que modestamente, contribui para desmistificar as suposições de que os consumidores de produtos da indústria cultural são acríticos.

Como acreditamos ter apontado, especialmente no terceiro capítulo, os atores, no seu consumo de filmes, estão envolvidos em um emaranhado de atividades, práticas e ações que implicam a mobilização de uma gramática fornecedora de sentidos do mundo. Na prática, os consumidores de filmes são agentes cognoscitivos, isto é, atores conscientes e reflexivos que não são apenas influenciados e determinados, mas sujeitos que fabricam teias de significado para cada filme que narram.

Observamos, nos espaços das locadoras de filmes de Natal, que o consumo de filmes não é apenas uma mera necessidade de entretenimento, mas, também, uma prática inserida em uma rede de significados, demarcações, identificações, reconhecimento, gostos e preferências diversas. Os consumidores utilizam, interpretam e apreciam de múltiplas maneiras os filmes que alugam e assistem. Os sentidos que os consumidores dão aos produtos da mídia, especificamente os filmes, variam de acordo com a formação e as condições sociais que cada indivíduo exerce no seu meio social. Ou, em outras palavras, de seu habitus (o conjunto de disposições incorporadas por um agente de acordo com sua posição no espaço social). Por exemplo, indivíduos que tem 1º e 2º grau

ou ensino superior modificam-se seus gostos e preferências como suas explicações e entendimentos sobre os filmes.

Todavia, as narrativas quando comparadas entre si, mostram elementos semelhantes no sentido de observar que elas têm algo a nos dizer (mesmo que as temáticas dos filmes sejam diferenciadas), mas são diferentes quando cada consumidor tece seus significados. Na realidade, as narrativas desvendam a maneira de ser e atuar de cada ator social, o que significa que esse *habitus* não é, como o fazem leitores apressados de Bourdieu, a cristalização do ator numa condição de menoridade enquanto sujeito social. Os consumidores podem sempre elaborar sentidos, construir abordagens críticas, a respeito de obras tidas, não raro, como exemplos da produção em série da chamada “indústria cultural”. Isso foi exemplarmente verificado quando dois dos nossos entrevistados construíram suas narrativas sobre um mesmo filme: *Cidade de Deus*.

Desse modo, percebe-se a incorporação de alguns termos ou noções específicas na narrativa de quem faz História, Geografia, Filosofia, Química etc. Por exemplo, explicações que envolvem a noção de territorialidade, espaço, Estado, política ambiental e demais questões sociais, culturais e econômicas.

O grau de instrução, o bairro onde se reside – e, não menos importante, os bairros nos quais se encontram as locadoras – podem até ser determinantes em alguns aspectos das escolhas (por filmes legendados ou dublados ou a preferência por filmes de ação ou dramas e pelo gosto por filmes brasileiros ou americanos), embora, isso nos parece decisivo, não signifique que alguns atores sejam consumidores reflexivos e outros não o sejam.

Nesse sentido, verificamos que as narrativas do público de videolocadoras em Natal-RN, trás elementos para se fazer pensar a realidade social. Indo ao terreno da problemática social do filme *Cidade de Deus*, atravessando a cultura, os valores e a ética dos samurais no *O Último Samurai*, explorando os limites da problemática ambiental em *O Dia Depois de Amanhã*, caminhando nas garras da corrupção e da falsificação de *Prenda-me Se for Capaz*, desbravando as vidas imaginárias de *Lisbela e o Prisioneiro* até as fronteiras míticas do *Senhor dos Anéis* (parte 2 e 3 da trilogia) como a trilha filosófica e futurística de *Matrix – Reloaded*. A partir dessas narrativas os consumidores fazem compara-

ções entre os filmes e a sua realidade para elaborar suas próprias críticas acerca do mundo em que vivem.

O universo subjetivo do público de videolocadoras está recheado de elementos de reconhecimento e identificação com as obras fílmicas com as quais entram em contato. Assim, nas nossas observações no trabalho de campo, e nas entrevistas, notamos a identificação do público com os arquétipos: o herói, o vilão, o romance entre o mocinho e mocinha, etc.

O trabalho de pesquisa desenvolvido possibilitou percebermos as diversas construções de sentido contidas nas narrativas elaboradas pelos consumidores de videolocadoras de Natal a respeito dos filmes que alugaram e assistiram. Apontamos, no trabalho, como, a partir dos filmes assistidos, tais consumidores, desenvolvendo o seu potencial de atores sociais dotados de criatividade, dão novos sentidos e re-contam as histórias dos filmes que assistiram. Nessas construções de sentido, as polaridades típicas do pensamento binário (culto X erudito, cultura de massas X cultura de “bom gosto”, racional X irracional) são implodidas. Fundindo emoção e razão, paixão e análise calculista, os atores vêem os filmes, constroem narrativas, tecem fios nos quais se enquadram e tentam enquadrar o seu cotidiano. A fantasia impulsiona o mundo do cinema, mas também o da vida cotidiana. Necessitamos dela, como do pão, e com ela nos acalentamos. Não é diferente com quem vai a uma locadora alugar um filme.

## Referências

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- AVRITZER, Leonardo. Entre o diálogo e a reflexividade: a modernidade tardia e a mídia. In: DOMINGUES, José Maurício; AVRITZER, Leonardo. *Teoria social e modernidade no Brasil*. Belo Horizonte: UFMG, 2000. p. 61-83.
- AZEVEDO, Mário Neves de. Espaço social, campo social, habitus e conceito de classe social em Pierre Bourdieu. *Revista Espaço Acadêmico*, Maringá, ano 3, n. 24, p. 1-5, maio 2003. Disponível em: <http://www.espacoacademico.com.br/024/24cneves.htm>. Acesso em: 26 jul. 2005.
- BARBOSA, Andréia C. M. Marques. O filme dentro do filme. *Revista de Antropologia*, São Paulo, v. 43, n. 1, p. 275-281, 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br>. Acesso em: 09 jun. 2004.
- BOURDIEU, Pierre. Compreender. In: BOURDIEU, Pierre (Org). *A miséria do mundo*. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 693-736.
- . *A economia das trocas simbólicas*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.
- . *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*, 1: artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.
- CORDEIRO, Paula. *A definição do sujeito no cinema: os dias estranhos do cinema* ou a inconstância do eu e do outro nas personagens e no encontro entre o mundo real e a ficção. [s.l.: s.n], p. 1-19, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-sujeito-cinema.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2005.

- DOMINGUES, José Maurício. Estruturismo e estruturação: Bourdieu e Giddens. In: —. *Teorias sociológicas do século XX*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 57-69.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- . *O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade*. São Paulo: Studio Nobel, 1997.
- GIDDENS, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991.
- . A vida em uma sociedade pós-industrial. In: BECK, Ulrich; GIDDENS, Anthony; LASH, Scott. *Modernização reflexiva*. São Paulo: UNESP, 1997. p. 73-133.
- . *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- . *A constituição da sociedade*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- . *Conversas com Anthony Giddens: o sentido da modernidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2000.
- GUIMARÃES, Áurea M. O cinema e a escola: formas imagéticas da violência. *Cadernos Cedes*. Campinas, v. 19, n. 47, p. 104-115, dez. 1998. Disponível em: <http://www.scielo.br>. Acesso em: 11 jun. 2004.
- MALDANER, Nilse. Os jovens e a recepção da publicidade televisiva. In: MELO, J. Marques de; PERUZZO, C. M. Krohling; KUNSCH, W. Luiz (Org.). *Mídia, regionalismo e cultura*. São Bernardo do Campo: UMESP, 2003. p. 195-226.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

- MAZURSKY, Janus. O senhor dos anéis: o retorno do rei. *Duplipensar.net*, [s. l.: s. n.], jan. 2004. Disponível em: <http://www.duplipensar.net/materias/2004-01-retorno-do-rei.html>. Acesso em: 12 jun. 2005. Não paginado.
- . Lisbela e o cinema nacional. *Duplipensar.net*, [s. l.: s. n.], nov. 2003. Disponível em: <http://www.duplipensar.net/materias/2003-11-lisbela.html>. Acesso em: 17 jun. 2005. Não paginado.
- . O último samurai. *Duplipensar.net*, [s. l.: s. n.], fev. 2004. Disponível em: <http://www.duplipensar.net/materias/2004-02-samurai.html>. Acesso em: 19 jun. 2005. Não paginado.
- MICELI, Sergio. Introdução: a força do sentido. In: BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003. p. VII-LXI.
- MONSMA, Karl. Repensando a escolha racional e a teoria da agência: fazendeiros de gado e capatazes no século XIX. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 15, n. 43, p. 83-114, jun. 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br>. Acesso em: 01 jun. 2004.
- MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- ORTIZ, Renato. *Mundialização da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2000.
- . “Globalização, modernidade e cultura”. *Revista Semear*, Rio de Janeiro, n. 6, p. 119-130, 2002.
- PAULA, Fátima de. Tensões e ambigüidades em Walter Benjamin: a modernidade em questão. *Plural*, São Paulo, p. 106-130, 1º semestre 1994.
- ROCHA, Everardo. Cenas do consumo: notas, idéias, reflexões. *Revista SEMEAR*, Rio de Janeiro, n. 6, p. 69-91, 2002.

- . Os bens como cultura: Mary Douglas e a antropologia do consumo. In: DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004. p. 7-18.
- RONSONI, Veneza V. Mayora. O consumo da cultura: mídia, estilos juvenis e classes sociais. In: SILVEIRA, Ada Cristina Machado da. *Comunicação midiática*. Santa Maria: UFSM, 2002. p. 129-169.
- SETTON, Maria da Graça Jacintho. A teoria do *habitus* em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. *Revista Brasileira de Educação*, Rio de Janeiro, n. 20, p. 60-70, maio/jun./jul./ago. 2002. Disponível em:  
<http://www.anped.org.br/rbe20/anped-20-04.pdf>.  
Acesso em: 08 ago. 2005.
- STAM, Robert. *Introdução à teoria do cinema*. Campinas: Papirus, 2003.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social crítica da mídia*. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- WACQUANT, Loïc. *Esclarecer o habitus*. Tradução de José Madureira Pinto e Vergílio Borges Pereira. Revisado por Carla Augusto e pelo Autor. Disponível em:  
[http://sociology.berkeley.edu/faculty\\_html/wacquant/wacquant\\_pdf/ESCLARECEROHABITUS.pdf](http://sociology.berkeley.edu/faculty_html/wacquant/wacquant_pdf/ESCLARECEROHABITUS.pdf). Acesso em: 08 ago. 2005. Não paginado.



## Apêndice

### Apêndice A – Lista de tabelas dos cinco filmes mais alugados nas videolocadoras de Natal-RN no período entre 2003 a 2004

Tabela 1 - Os cinco filmes mais alugados na Stock Games

<i>Classificação</i>	<i>Filmes</i>	<i>Ano</i>	<i>Produção (nacionalidade)</i>	<i>Gênero</i>
1 <sup>o</sup>	<i>O Dia Depois de Amanhã</i>	2004	EUA	Aventura
2 <sup>o</sup>	<i>O Pagamento</i>	2003	EUA	Ficção
3 <sup>o</sup>	<i>Mar de Fogo</i>	2004	EUA	Aventura
4 <sup>o</sup>	<i>A Paixão de Cristo</i>	2004	EUA	Drama
5 <sup>o</sup>	<i>Matemática do Diabo</i>	1999	EUA	Suspense

Fonte: informações cedidas ao autor pela **Stock Games**/ Rua dos Canindés, 1312, Bairro: Alecrim, Região Leste, Natal/RN.

Tabela 2 - Os cinco filmes mais alugados na FM Vídeo

<i>Classificação</i>	<i>Filmes</i>	<i>Ano</i>	<i>Produção (nacionalidade)</i>	<i>Gênero</i>
1 <sup>o</sup>	<i>Matrix - Revolu- cion</i>	2003	EUA	ficção
2 <sup>o</sup>	<i>O Senhor dos A- néis – O Retorno do Rei</i>	2003	EUA	Aventura
3 <sup>o</sup>	<i>Harry Potter e a Câmara Secreta</i>	2002	EUA	Aventura
4 <sup>o</sup>	<i>Onze Homens e um Segredo</i>	2002	EUA	Ação
5 <sup>o</sup>	<i>O Último Samu- rai</i>	2003	EUA	Aventura

Fonte: informações cedidas ao autor pela **FM Vídeo**/ Av. Eng. Roberto Freire, 2956, Bairro: Capim Macio, Região Sul. Natal/RN.

Tabela 3 - Os cinco filmes mais alugados na 100% Vídeo

<i>Classificação</i>	<i>Filmes</i>	<i>Ano</i>	<i>Produção (nacionalidade)</i>	<i>Gênero</i>
1 <sup>o</sup>	<i>O Senhor dos Anéis – As Duas Torres</i>	2002	EUA	Aventura
2 <sup>o</sup>	<i>Matrix – Relea- ded</i>	2003	EUA	Ficção
3 <sup>o</sup>	<i>Prenda-me Se For Capaz</i>	2002	EUA	Aventura
4 <sup>o</sup>	<i>Carandiru</i>	2003	Brasil	Drama
5 <sup>o</sup>	<i>O Novato</i>	2003	EUA	Policial

Fonte: informações cedidas ao autor pela **100% Vídeo**/ Cel. Joaquim Manoel, 790, Bairro: Petrópolis, Região Leste, Natal/RN.

Tabela 4 - Os cinco filmes mais alugados na Lunas Vídeo

<i>Classificação</i>	<i>Filmes</i>	<i>Ano</i>	<i>Produção (nacionalidade)</i>	<i>Gênero</i>
1 <sup>o</sup>	<i>Piratas do Caribe</i>	2003	EUA	Aventura
2 <sup>o</sup>	<i>O Exterminador do Futuro 3 – A Rebelião das Máquinas</i>	2003	EUA	Ação
3 <sup>o</sup>	<i>O Último Samurai</i>	2003	EUA	Aventura
4 <sup>o</sup>	<i>Lisbela e o Prisioneiro</i>	2003	Brasil	Comédia
5 <sup>o</sup>	<i>O Senhor dos Anéis – O Retorno do Rei</i>	2003	EUA	Aventura

Fonte: informações cedidas ao autor pela **Lunas Vídeo/** Rua Djalma Maranhão, 450, Bairro: Nova Descoberta, Região Sul, Natal/RN.

Tabela 5 - Os cinco filmes mais alugados na Brenda Vídeo Locadora

<i>Classificação</i>	<i>Filmes</i>	<i>Ano</i>	<i>Produção (nacionalidade)</i>	<i>Gênero</i>
1 <sup>o</sup>	<i>Lisbela e o Prisioneiro</i>	2003	Brasil	Comédia
2 <sup>o</sup>	<i>O Senhor dos Anéis – As Duas Torres</i>	2002	EUA	Aventura
3 <sup>o</sup>	<i>Freddy vs. Jason</i>	2003	EUA	Terror
4 <sup>o</sup>	<i>Scooby Doo</i>	2002	EUA	Comédia
5 <sup>o</sup>	<i>O Senhor dos Anéis – O Retorno do Rei</i>	2003	EUA	Aventura

Fonte: informações cedidas ao autor pela **Brenda Video Locadora/** Av. Tomaz Landim, 482, Bairro: Igapó, Região Norte, Natal/RN.

Tabela 6 - Os cinco filmes mais alugados na Play Vídeo

<i>Classificação</i>	<i>Filmes</i>	<i>Ano</i>	<i>Produção (nacionalidade)</i>	<i>Gênero</i>
1 <sup>o</sup>	<i>Scooby Doo</i>	2002	EUA	Comédia
2 <sup>o</sup>	<i>Homem-Aranha</i>	2002	EUA	Aventura
3 <sup>o</sup>	<i>Matrix – Reloaded</i>	2003	EUA	Ficção
4 <sup>o</sup>	<i>Cidade de Deus</i>	2002	Brasil	Drama
5 <sup>o</sup>	<i>O Senhor dos Anéis – As Duas Torres</i>	2002	EUA	Aventura

Fonte: informações cedidas ao autor pela **Play Vídeo**/ Rua Leonel Leite, 1438, Bairro: Alecrim, Região Leste, Natal/RN

Tabela 7 - Os cinco filmes mais alugados na Vídeo e CIA Locadora

<i>Classificação</i>	<i>Filmes</i>	<i>Ano</i>	<i>Produção (nacionalidade)</i>	<i>Gênero</i>
1 <sup>o</sup>	<i>Cidade de Deus</i>	2002	Brasil	Ação
2 <sup>o</sup>	<i>O Terno de 2 Bilhões de Dólares</i>	2002	EUA	Ação
3 <sup>o</sup>	<i>Demolidor – O Homem Sem Medo</i>	2003	EUA	Ação
4 <sup>o</sup>	<i>Piratas do Caribe</i>	2003	EUA	Aventura
5 <sup>o</sup>	<i>Tripla X</i>	2002	EUA	Ação

Fonte: informações cedidas ao autor pela **Vídeo e CIA Locadora**/ Av. Cap. Mor Gouveia, s/n, Ceasa Shopping L- 16. Bairro: Lagoa Nova, Região Sul, Natal/RN.

Tabela 8 - Os cinco filmes mais alugados na Yellow Vídeo

<i>Classificação</i>	<i>Filmes</i>	<i>Ano</i>	<i>Produção (nacionalidade)</i>	<i>Gênero</i>
<i>1º</i>	<i>O Senhor dos Anéis – As Duas Torres</i>	2002	EUA	Aventura
<i>2º</i>	<i>Cidade de Deus</i>	2002	Brasil	Drama
<i>3º</i>	<i>Matrix – Reloaded</i>	2003	EUA	Ficção
<i>4º</i>	<i>Carandiru</i>	2003	Brasil	Drama
<i>5º</i>	<i>Gangues de Nova York</i>	2002	EUA	Drama

Fonte: informações cedidas ao autor pela **Yellow Vídeo**/ Av. Sen. Salgado Filho, 2850, Bairro: Candelária, Região Sul, Natal/RN.

## Apêndice B – Formulário aplicado nas locadoras

### Identificação

Idade: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Escolaridade: \_\_\_\_\_  
Bairro em que mora: \_\_\_\_\_  
Local da entrevista: \_\_\_\_\_  
Profissão: \_\_\_\_\_

### Questões

1. Com que frequência você aluga filmes?
2. Quais os filmes que você geralmente aluga? Lançamentos ou os pertencentes ao catálogo?
3. Você poderia citar alguns (os cinco) dos últimos filmes que alugou?
4. O que você leva em conta na hora de escolher um filme? O que te motiva na hora de decidir?
5. O que mais lhe agrada num filme?
6. Você prefere filmes legendados ou dublados? Por quê?
7. Como você faz para escolher um filme? Orienta-se como?
8. Que tipo de filme você gosta mais? Por quê?
9. Você chega em algum momento a “entrar” na história do filme?
10. O que os filmes suscitam em você? Que reações você costuma sentir ao assistir algum filme?
11. Você poderia comentar algum filme que você tenha alugado e gostado muito?

## **Apêndice C - Roteiro de entrevista**

### **Identificação**

Idade: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Escolaridade: \_\_\_\_\_  
Bairro em que mora: \_\_\_\_\_  
Local da entrevista: \_\_\_\_\_  
Locadora onde aluga filmes: \_\_\_\_\_  
Profissão: \_\_\_\_\_

### **Perguntas**

1. Você alugou algum desses filmes?
2. Entre esses filmes, qual o filme que você mais gostou de assistir?
3. Você poderia contar a história desse filme.
4. Por que você alugou esse filme? O que realmente lhe motivou no dia a escolher o filme.
5. Por que gostou de ver esse filme?
6. Que sensações você sentiu quando estava assistindo ao filme?
7. Em algum momento do filme você percebeu que poderia se reconhecer ou mesmo de se imaginar na história contada pelo filme.
8. Você gostaria de fazer algum comentário crítico sobre o filme.
9. Esse filme mostrou a você em algum momento elementos para pensar a realidade social.
10. Há mais alguma experiência vivenciada que você possa comentar ao ter visto o filme.

## Apêndice D – Lista de quadros das sinopses comparadas

### *Matrix – Reloaded (2003)*



#### **Sinopse do filme**

Depois de derrotar as máquinas em um combate inicial, o ex-hacker Neo (Keanu Reeves) passa a viver ao lado de Morpheus, Trinity e Link. Nessa nova aventura, eles descobrem que Zion, a única cidade humana, corre o risco de ser destruída por um ataque em massa das máquinas. A fim de evitar a tragédia, Neo e seus colegas têm apenas 72 horas para chegar ao centro de controle da Matrix, um sistema inteligente e artificial que manipula a mente das pessoas. Destaque para as cenas de ação de tirar o fôlego e os sofisticados efeitos especiais, principalmente uma seqüência de luta de 17 minutos que custou cerca de U\$40 milhões aos produtores. Os irmãos Andy e Larry Wachowski dirigem esse segundo filme da trilogia Matrix.

#### **Sinopse do público**

*[...] na realidade trás uma ponte com o primeiro, ele prolonga a história do primeiro: a história do escolhido Neo, que mostra a cidade dos humanos sendo ameaçada de uma invasão pelas máquinas sentinelas. Ele evolui em certos pontos, principalmente em efeitos, tem uma história menos intrincada, tem um enredo*



*menos bem bolado que o primeiro, mas dar uma seqüência. Boas cenas de ação, alguns bons diálogos, em especial, o diálogo de Neo com o arquiteto e fecha fazendo uma ponte com o terceiro. Ele é um filme incompleto, ele termina dando margem aos acontecimentos que virão no terceiro filme.*

(entrevistado A, 23 anos, sexo masculino, jornalista, superior incompleto em Filosofia, residente em Mirassol/ **Yellow Vídeo**).

### ***Prenda-me se for Capaz (2002)***



### **Sinopse do filme**

Mestre na arte do disfarce, o jovem Frank Abagnale Jr (Leonardo Di Caprio) torna-se o falsificador de cheques mais bem-sucedido da história dos Estados Unidos com apenas 17 anos. Durante a década de 1960, Frank aplica golpes milionários passando-se por piloto de avião, médico e advogado. Contudo, o agente do FBI Carl Hanratty (Tom Hanks) está em seu encalço e não vai desistir de colocar as mãos nesse verdadeiro impostor. Baseado em fatos reais. Esta é a segunda vez em que o diretor Steven Spielberg e o ator Tom Hanks trabalham juntos. A primeira foi em O Resgate do Soldado Ryan.

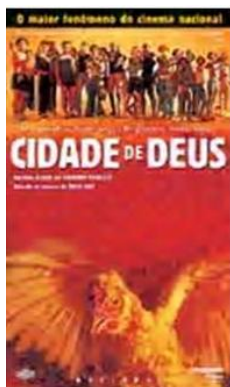
### **Sinopse do público**

*Conta a história de um jovem que acho que aos dezesseis ou dezessete anos, ele começou a enganar o FBI e passou a metade de sua vida fazendo isso, e o FBI inteiro tentava buscar, pegar,*

*mas não conseguia até que um dia conseguiu e por ironia do destino. Tudo que ele fazia para o FBI não conseguir pegá-lo ele foi contratado pelo FBI para conseguir pegar todos [...]. Todas as pessoas que faz falcatruas, aí como ele era especialista nessa arte o FBI pegou, contratou e tirou ele da prisão pra que ele trabalhasse para o FBI.*

(entrevistado **F**, 21 anos, sexo feminino, estagiária de uma empresa, superior incompleto em Ciências Econômicas, residente em Petrópolis/ **100% Vídeo**).

### **Cidade de Deus (2002)**



#### **Sinopse do filme**

O cenário é a favela Cidade de Deus, no Rio de Janeiro, que surgiu no início dos anos de 1960. Narrada por um dos personagens principais, a história mostra a vida de dois meninos, Buscapé (Alexandre Rodrigues) e Dadinho (Leandro Firmino da Hora), que crescem em meio a um universo violento e sem piedade. Enquanto Buscapé tenta ser reconhecido pelo seu trabalho como fotógrafo, Dadinho se transforma no bandido mais temido da região. Inovando na maneira de filmar, o diretor Fernando Meirelles fez uma adaptação do livro homônimo de Paulo Lins que ganhou prêmios em diversos festivais internacionais, além de ser indicado ao Globo de Ouro, na categoria Melhor Filme Estrangeiro. Grande parte do elenco foi escolhida entre os garotos que vivem

em diversas comunidades e favelas cariocas e que não tinham, até aquele momento, nenhum contato com a arte de atuar.

### **Sinopse do entrevistado N**

*[...] Cidade de Deus é um filme que não tem cenário. Ele se passa no Rio de Janeiro, mostra a realidade da favela na questão do tráfico, da violência e como se monta toda uma rede de criminalidade, sendo possível isso assim, aos olhos da sociedade e da polícia isso até como normal. Nesse filme, além dessa coisa toda, mostra a questão do cotidiano, da favela, os ambientes, as tramas, como a falta de oportunidade para as pessoas, as crianças, os jovens, a falta de escolaridade, como aquelas pessoas elas acabam entrando numa rede que é sem volta que é a rede do tráfico. Muitas vezes elas são condenadas a permanecer, depois que elas entram elas não tem mais como sair. E daí o final da história, ele vai mostrar a história do Laranjinha. Como isso acontece e termina tendo um assassinato. [...] o grande traficante lá é morto no final com um grupo de crianças todas armadas, aliás, fuziladas [...].*

(entrevistado N, 26 anos, sexo feminino, pós-graduanda em Geografia, residente em Potengi/**Idéia Vídeo e Central Vídeo**).

### **Sinopse do entrevistado M**

*[...] A história é centrada num personagem que quando criança viveu no início da ocupação na área que passou a ser conhecida como Cidade de Deus. Ele foi a criança nessa área que começou a vivenciar a marginalidade que cresceu naquela área que era uma área isolada. A primeira parte do filme seria justamente essa, a vida dele, ele contando a vida quando criança e o início da criminalidade nessa área conhecida como Cidade de Deus onde não existia ainda o crime organizado. No filme o diretor, passa a idéia ainda de uma criminalidade um tanto quanto romântica que o pessoal rouba, mas dividi parte do roubo com a comunidade e uma fase mais adiante ele já rapaz, adolescente começa a crescer profissionalmente como fotógrafo e um trabalho que ele consegue fazer, retratando, fotografando o líder da quadrilha já nos anos*

*oitenta. [...]. Então, a segunda parte do filme, vamos dizer assim, é ele já nos anos oitenta já trabalhando como fotógrafo ele começa crescer gradativamente e mostrando a realidade do que era a Cidade de Deus, que cresceu de uma maneira exagerada o crime comandando as relações pessoais e toda a coletividade ali naquela área. Existe a preocupação de mostrar, a violência, e o descaso das autoridades que sabe que tem a violência lá, sabe que tem o tráfico, sabe que tem jogo do bicho, sabe que tem vários tipos de crime, mas o Estado se ausenta disso. Então, as quadrilhas dividem aquela área entre elas e com aquele, vamos dizer assim, um código de ética de uma quadrilha não invadir a outra, a não ser que tenha força suficiente para tomar o ponto da outra. Então, o clima é muito violento, mas mostra pelos menos até aonde pude perceber uma realidade bem típica, não só da chamada Cidade de Deus como de várias favelas denominadas favelas do Rio de Janeiro onde existe esta guerra até os dias de hoje entre diferentes grupos que controlam principalmente o tráfico.*

(entrevistado **M**, 45 anos, sexo masculino, professor de História, superior completo em História, residente em Neópolis/ **YellowVÍdeo**)

### ***O Senhor dos Anéis – As Duas Torres (2002)***



### Sinopse do filme

Nesta segunda parte da trilogia, a trama começa com a Sociedade do Anel dissolvida depois da captura dos hobbits Merry e Pip-pin pelos orc's. A partir daí, duas aventuras em paralelo acontecem: enquanto Frodo (Elijah Wood) e Sam (Sean Astin) seguem para a Montanha da Perdição com o anel que deve ser destruído, Aragorn (Viggo Mortensen), Legolas (Orlando Bloom) e Gimli (John Rhys-Davies) enfrentam o exército de Mordor e partem para resgatar os hobbits sequestrados. Destaque para Gollum, o estranho monstro criado em meio digital que se compromete a ajudar Frodo e Sam na arriscada tarefa. Baseado na série de livros escritos por J. R. Tolkien, esse filme venceu dois Oscar e recebeu duas indicações ao Globo de Ouro. As filmagens dos três episódios foram executadas na Nova Zelândia de 1999 até 2001.

### Sinopse do público

*[...] É um reino de elfos, fadas, é um reino que me interessa por que assim, trata de mitologia nórdica e eu gosto de mitologias e de religiões pagãs antigas. Então, é uma história entre um amor meio que proibido de um humano com uma elfa, e tudo gira em torno de um anel que é um anel meio que amaldiçoado. Nele se concentrariam poderes de toda terra e toda mística e dependendo das mãos de quem caia esse anel poderia trazer a catástrofe daquela terra média se não me engano. [...]. Nele se forma uma sociedade: a sociedade do anel com hobbies, humanos, anões em fim [...]todas essas criaturas, e vão tentar recuperar esse anel e nisso a uma história de amizade, de provas de lealdade, de coragem. Na realidade, é um teste meio que uma analogia uma analogia com o que o ser humano é capaz, no que há de melhor e no que há de pior. O de melhor representado pela sociedade do anel e o de pior pelas forças malignas, vamos dizer assim. No final sempre o bem vence, nesse caso venceu. É mais ou menos isso, não sei contar muito bem gosto mais de escrever o que eu penso [...].*

(entrevistado **B**, 22 anos, sexo feminino, estudante, superior incompleto em Jornalismo, residente em Eucaliptos/ **Yellow Vídeo**).

### ***O Senhor dos Anéis – O Retorno do Rei (2003)***



#### **Sinopse da internet**

Na terceira e última parte da famosa trilogia O Senhor dos Anéis, Frodo (Elijah Wood) e Sam (Sean Astin) continuam na sua missão de levar o anel até a Montanha da Perdição para destruí-lo. O sinistro Gollum guiará a dupla, causando mais complicações. Enquanto isso, Gandalf (Ian McKellen) reúne forças e apoio de outros guerreiros para combater Sauron, o Senhor do Escuro, e impedir que suas tropas dominem a capital de Gondor, Minas Tirith. Assim como os primeiros filmes, o que não falta nesse longa-metragem são cenas de ação e aventura, com efeitos especiais bem elaborados. Não é à toa que ganhou 11 Oscars, incluindo os prêmios de Melhor Filme, Diretor, Efeitos especiais, Edição e Direção de Arte. Baseado na obra homônima de J. R. Tolkien.

#### **Sinopse do público**

C

*Ele é a terceira parte de uma saga que começou com O senhor dos anéis – A Sociedade do Anel que foi a primeira parte do filme. Depois veio O Senhor dos Anéis – As Duas Torres e findou com essa parte aí que seria para fechar a trilogia. [...] é um grupo de pessoas de várias etnias que vivem num mundo onde existem fadas duentes, bruxos e*

*onde foi criado um anel e quem detivesse esse anel iria deter o poder frente a todas essas etnias. E aí alguns grupos se unem para levar esse anel até a montanha que não me lembro o nome agora onde esse anel pode ser destruído. Essa terceira parte, O Retorno do Rei, é contando exatamente o final da saga quando dois deles e mais um guia conseguem chegar até a montanha e destruir o anel.*

(entrevistado **C**, 27 anos, sexo masculino, superior incompleto em Jornalismo, residente em Capim Macio/ **Yellow Vídeo e FM Vídeo**).

#### **D**

*Faz parte de uma trilogia sobre o livro de J.R.R. Tolkien sobre a história de um anel [...]. Para não cair em mãos erradas eles têm que proteger o anel e destruir o anel lá na... E pra isso eles vão ter que passar por muitas eh adversidades pra tentar. A história mais ou menos gira em torno disso. Eu gostei mais por causa dos efeitos especiais, do elenco muito bom, mais isso.*

(entrevistado **D**, 28 anos, sexo masculino, técnico em segurança de trabalho, superior incompleto, residente em Candelária/ **Yellow Vídeo, Rent Vídeo Locadora e Laser Vídeo**).

#### **Lisbela e o Prisioneiro (2003)**



### Sinopse da internet

O malandro e conquistador Leléu (Selton Mello) se aventura pelas pequenas cidades do nordeste até encontrar Lisbela (Débora Falabella), uma moça ingênua e sonhadora, que adora os filmes clássicos americanos. Assim que se encontram, os dois se apaixonam, mas muitos personagens em volta vão atrapalhar o romance do casal. Entre eles, estão o matador valentão Frederico Evandro (Marco Nanini), sua esposa Inaura (Virgínia Cavendish), o pai severo da mocinha, Tenente Guedes (André Mattos) e o noivo de Lisbela metido a carioca (Bruno Garcia). Com um humor regional e recheado de sotaques, esse longa-metragem é dirigido pelo global Guel Arraes (de Auto da Compadecida, Caramuru – A Invenção do Brasil).

### Sinopse do público

*[...] É o carinho lá que é, se eu não me engano, ele é ator, tem uma companhiazinha que ele viaja por aí fazendo umas murgangas dele. Não. To confundindo com a minissérie da globo O Dia de Maria. É o cara lá que, eu me lembro muito do personagem do Marco Nanine [...] Esse filme assiste logo quando ele foi lançado, não lembro muito bem dele. Lembro bem da primeira, acho que a primeira cena dele, Marco Nanine vai com um cara pra matar, pra mim o personagem marcante foi o do Marco Nanine [...] sei que na história acaba esse rapazinho o ator bonitinho se apaixonou por uma figura que é mulher do Marco Nanine do matador, [...]. É engraçado uma cena que um tá falando do outro e o outro tá falando do um e um não sabe quem é o outro [...] Eu lembro muito superficialmente, na verdade, das histórias. Talvez, foi mais marcante pra mim, pelo que eu tava vivendo ali no momentol, eu tava vivendo uma história meio de Lisbela e o Prisioneiro [...] foi o que marcou mais pra mim nesse filme, mas não lembro o final dele não, na verdade.*

(entrevistado **J**, 23 anos, sexo masculino, superior incompleto em Ciências Sociais, residente em Alecrim/ **Vídeo Laser**).



### ***O Último Samurai* (2003)**



#### **Sinopse da internet**

Contratado para treinar as tropas do imperador japonês que irão enfrentar um grupo de samurais, Nathan Algreen (Tom Cruise) militar norte-americano que combateu na Guerra da Secessão acaba sendo capturado pelo grupo de rebeldes samurais liderados pelo notório Katsumoto (Ken Watanabe), passando a entender melhor as motivações dos seus supostos inimigos. Este projeto pessoal de Tom Cruise tomou-lhe dois anos de sua vida entre rigorosos ensaios no manuseio de espadas e na fluência na língua japonesa. Dirigido por Edward Zwick (Tempo de Glória, Lendas da Paixão).

#### **Sinopse do público**

*[...]. É a história de um [...] não é bem um lutador assim, é um estrategista mesmo. Ele começava lutando por uma causa e depois ele se viu prisioneiro de um grupo, um grupo que ele combatia e desde essa condição de prisioneiro, ele acabou trocando de lado e passou a defender o lado oposto. [...]. Ele mudou, na verdade, ele não tinha por que lutar contra as pessoas que o prenderam. Depois, quando ele se viu prisioneiro que ele passou a conviver, a conhecer aquele mundo que tava sendo perseguido por outros que contrataram ele pra acabar. Ele viu que não valia a pena, conheceu a filosofia de vida daquelas pessoas e se identificou, se apaixonou inclusive dentro daquela [...] vou chamar de aldeia,*

*mas não é bem uma aldeia e trocou de lado. Depois de conhecer a realidade ele passou a não combater mais aquele povo. [...].*

(entrevistado **L**, 34 anos, sexo feminino, pós-graduanda em Ciências Sociais, residente no bairro Potengi/ **YellowVÍdeo, Vídeio Laser e Califórnia**).

### ***O Dia Depois de Amanhã (2003)***



#### **Sinopse da internet**

O cientista Jack Hall (Dennis Quaid) acredita que em breve a Terra viverá uma nova era glacial por causa de uma série de alterações climáticas que acabam modificando drasticamente o planeta. Em meio a situações catastróficas, Jack tenta chegar a Nova Iorque invadida pelo gelo, a fim de resgatar seu filho Sam (Jake Gyllenhaal). Efeitos especiais surpreendentes nesse filme de ação dirigido pelo mesmo diretor de Independence Day, Roland Emmerich.

#### **Sinopse do público**

*[...]. Conta à história, praticamente, da destruição do mundo através do derretimento das calotas. O grande aquecimento global fez com que a temperatura de uma certa forma intervisse no clima geral de todo o planeta, fez com que as calotas derretessem, provocassem tempestades pelo menos na grande parte do hemisfério norte e um grande furacão fez com que nevasse, o mar entrasse em grandes cidades como Nova York, Seattle, Washington*

*e grande parte da Europa. E no final do filme se decorreu que após todas essas temperes, essas adversidades terminou com o clima abrindo. A grande metáfora que eu achei nesse filme foi que o final quando se acabou toda a tempere como eu já falei. O clima se abriu, ficou um dia de sol uma coisa maravilhosa como se dissesse que ainda tem tempo para se salvar o mundo, assim eu entendi a metáfora. Foi um filme muito bem feito, o enredo dele foi bem bolado, a direção também.*

(entrevistado **E**, 30 anos, sexo masculino, dotourando em Engenharia Química, residente em Candelária/ **Integração Vídeo**).

## Apêndice E – Fotografias das oito videolocadoras pesquisadas em Natal-RN



Foto 1 – **FM Vídeo** – Capim Macio, Natal-RN  
Fonte: Jochen Mass

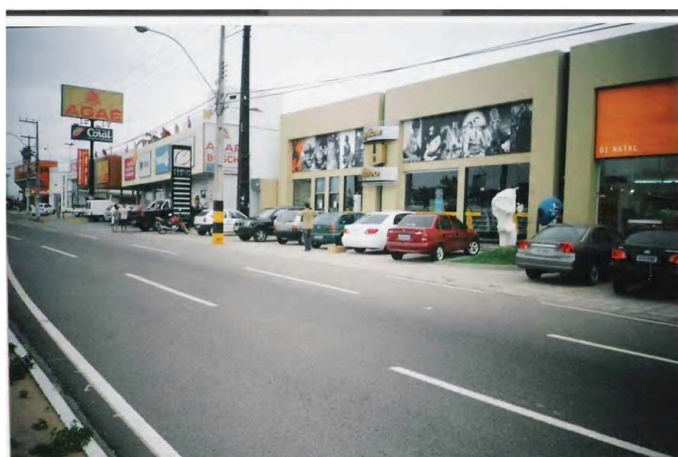


Foto 2 - **Yellow Vídeo** – Candelária, Natal-Natal.  
Fonte: Jochen Mass



Foto 3 - **100% Vídeo** – Petrópolis – Natal-RN.  
Fonte: Jochen Mass



Foto 4 – **Vídeo e CIA Locadora** – Lagoa Nova, Natal-RN.  
Fonte: Jochen Mass

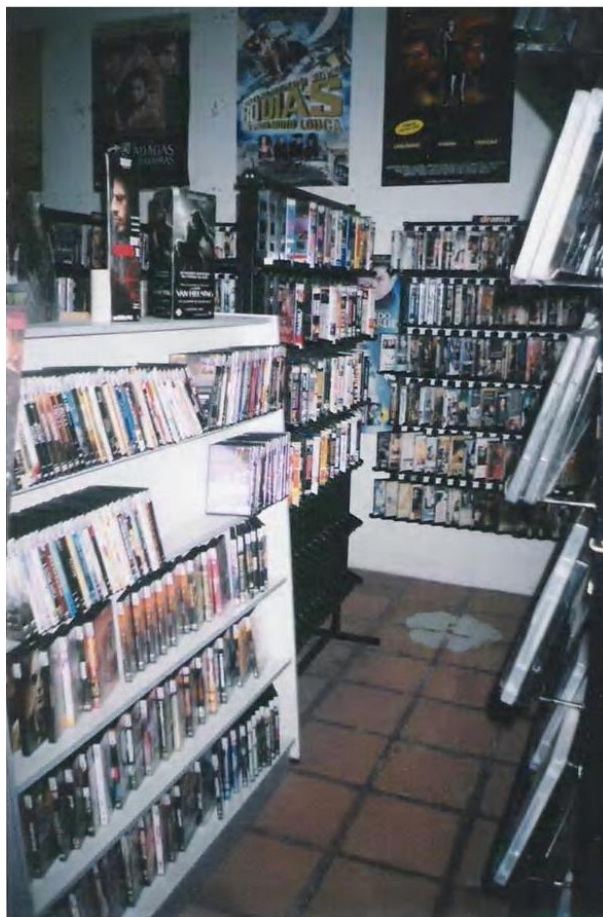


Foto 5 - **Lunas Vídeo** – Nova Descoberta, Natal-RN.  
Fonte: Jochen Mass



Foto 6 - **Stock Games** – Alecrim, Natal-RN.

Fonte: Jochen Mass



Foto 7 – **Play Vídeo** – Alecrim, Natal-RN.

Fonte: Jochen Mass



Foto 8 – **Brenda Video Locadora** – Igapó, Natal-RN.

Fonte: Jochen Mass