
Cinema e formação de públicos na Modernidade e Pós-modernidade: reflexões para uma literacia cinematográfica¹

Milene dos Santos FIGUEIREDO²

Sara PEREIRA³

Monica FANTIN⁴

Universidade do Minho, Braga, Portugal

RESUMO

A reflexão sobre a formação de novos públicos de cinema na infância e juventude pelo viés de ações cineclubistas norteia a investigação que vem sendo construída no doutoramento em Ciências da Comunicação da Universidade do Minho, Portugal. Nesse texto, buscamos compreender o caminho que as imagens construíram, desde seus primórdios, até a invenção do cinema, definindo a formação de um tipo de público moderno, mas que entra em conflito com as novas configurações nas formas de produção, distribuição e apreciação do cinema na contemporaneidade. Nesse sentido, destacamos a importância de conhecer essas novas configurações que o cinema e o audiovisual passam a incorporar para pensarmos a formação dos novos públicos de cinema através de propostas de literacia cinematográfica que dialoguem entre os cineclubes e a educação.

PALAVRAS-CHAVE: processos comunicacionais; formação de públicos; cineclubes; literacia cinematográfica

Introdução

A partir de uma pesquisa de doutorado em desenvolvimento que tem como objetivo identificar o papel de cineclubes não escolares na formação de públicos de cinema na infância e juventude em Portugal e no Brasil, pretendemos analisar quatro casos: dois cineclubes em cada país, que possuem propostas de literacia cinematográfica e desenvolvem ações voltadas ao público infantojuvenil. Assim, a dimensão empírica da

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho, Braga, Portugal, E-mail: mmilenefigueiredo@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Braga, Portugal, E-mail: sarajpg@gmail.com

⁴ Co-orientadora do trabalho. Professora do Centro de Educação da Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil, E-mail: fantin.monica@gmail.com

pesquisa acompanha 4 estudos de casos com observação das atividades desenvolvidas pelos referidos cineclubes e aplicação de entrevistas com crianças e jovens participantes dessas ações.

Na discussão teórica desse trabalho, percebemos a necessidade de refletir sobre algumas questões que emergiram nesse percurso: como surgiu a imagem e que caminhos ela percorreu até o momento da criação da imagem em movimento? Como se constituiu a ideia de um público específico de cinema? Qual o papel histórico dos cineclubes na formação dos públicos de cinema? Quais os fatores que têm levado a mudanças tão significativas nas dimensões de produção, distribuição e apreciação do cinema na sociedade contemporânea? Como o cinema e o movimento cineclubista se situam diante dessas mudanças?

As questões não se esgotam, pelo contrário, seguem uma tendência crescente diante das discussões teóricas sobre o contexto do cinema na contemporaneidade, assim como das observações e aproximações com os cineclubes, crianças e jovens observados para a realização dessa investigação.

Na escrita desse texto, delimitamos nossa reflexão na história da imagem, desde os seus primórdios até o surgimento do cinema, e seus condicionantes socioeconômicos, políticos e culturais que atuaram nas sociedades ao longo dos séculos, e que foram cruciais na definição do conceito de imagem, cinema, público e cineclubismo, a partir de um olhar que demarca essas temporalidades pelo viés da Modernidade e Pós-modernidade.

Imagem, cinema e Modernidade

Dizia Martins que “toda a época tem um pensamento à sua altura, um pensamento que a diga em verdade” (2011, p.27). Na busca de alguns momentos da história do pensamento moderno, contado pelo viés da história da imagem e de questões estéticas, é necessário compreender também o contexto social, cultural, político e socioeconômico atuantes nesse período. Para isso, essa história precisará retroceder muito anos antes de 1895, ano conhecido “universalmente” como o da primeira exibição de cinema promovida pelos irmãos Lumière.

Mesmo que nosso olhar investigativo esteja apontado diretamente para o cinema, buscar conhecê-lo apenas a partir do momento em que foi criado pode reduzi-lo a uma

mera invenção técnica, restrita a uma ideia de invenção de um aparelho que produzia e projetava imagens em movimento. Embora esse marco técnico seja extremamente importante para a própria história da Arte, entendemos a necessidade de olhar para o cinema a partir de uma percepção mais complexa, ancorada na ideia de dispositivo, que para Foucault envolve

um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre estes elementos. (FOUCAULT, 1979, p.244).

O olhar a imagem e o cinema como dispositivos nos ajuda a compreender o papel que tiveram na produção de novas racionalidades ao longo da história da Modernidade, alterando significativamente a relação estabelecida com os públicos. E foi dessa relação, por exemplo, que nasceu o cineclubismo. Afinal, nos interessa compreender de que forma a articulação entre esses sujeitos (públicos) e instituições (cineclubes) se organizam, estabelecendo essa “rede” de saberes e discursos, exercendo uns sobre os outros práticas formativas e/ou “dando-lhe acesso a um novo campo de racionalidade” (FOUCAULT, 1979, p. 244).

Iniciamos o percurso proposto, regressando ao período em que o homem primitivo, sem oralidade constituída, mas com ferramentas básicas de sobrevivência, descobriu as possibilidades de comunicar-se através da imagem, marcando a divisão entre a palavra e o visível. Na busca pela origem desse sujeito que vê e produz imagens, Mondzain destaca marco quando o homem, em meio a escuridão das cavernas, na sua “impossibilidade fundadora de ver a si próprio (...) se aventura corajosamente pelo caminho imaginário dos signos” (MONDZAIN, 2015, p. 31). É com a produção das primeiras imagens rupestres, nas grutas de Chauvet (França), que o homem inaugura um regime simbólico de produção de imagens, que faz nascer o “homo spectator”. Perpassado por gestos de “retracção”, ou melhor, da separação entre a imagem e si para poder apreciá-la, a autora afirma que esse é o momento onde o homem torna-se espectador de si mesmo, perpetuando-se no mundo.

Do nascimento do homem que se vê através da sua própria produção e representação, até os dias atuais, a história da imagem percorreu diferentes caminhos.

Desde o pânico gerado nos profetas do Antigo Testamento “contra os ícones e outros ídolos feitos de pedra, de madeira ou de metal” em busca da manutenção de um “Deus único que convém adorar em espírito e verdade ” (MAFFESOLI; MARTINS, 2011, p. 45), até o surgimento da fotografia, momento que, segundo os autores, “libertou as imagens da gaiola que as havia enclausurado pela autoridade simbólica, tanto de inspiração judaico-cristã, como de origem greco-latina” (MAFFESOLI; MARTINS, 2011, p. 46), identificamos algumas mudanças de paradigmas nesse percurso, quando a imagem passa de um ritual de acesso ao sagrado, em um período denominado como “olhar mágico” (DEBRAY, 1993) para o momento em que “a imagem dos homens substitui a imagem dos deuses” (MELOT, 2015, p.41).

Nesse percurso, a ideia da imagem como dispositivo e as relações que ela estabelece lhe definem sobre diferentes aspectos de representação e dominação. Uma nova mudança de paradigma acontece quando a imagem passa a ser mediada pela máquina. A fotografia, que inaugura essa nova fase, conseguiria então libertar o artista da busca incessante de captação da realidade. De forma mais significativa, com a invenção e impressão maciça da fotografia e, posteriormente, do cinema, um novo regime de distribuição é observado, tornando-se predominante: o das imagens em massa, associadas a um regime industrial e com fins econômicos. Após a Igreja, o clero e a burguesia, agora a imagem torna-se refém de uma nova estrutura de produção e distribuição, que responde pelo nosso atual modelo de experiência.

Esse novo regime de visualidade, gerido pelas forças da industrialização e mecanização, altera significativamente o nosso olhar sobre elas, criando-se “uma disputa entre a alta e a baixa cultura, entre a fabricada para os poucos e para os muitos, entre as qualidades e as quantidades (BREA, 2010, p.48).

Uma das mais significativas críticas a esse sistema de massificação da arte é feita por Walter Benjamin, que explora as transformações nas obras de arte a partir do processo de reprodutibilidade técnica – sendo o cinema o expoente principal desse período. Para Benjamin, o fato de uma obra de arte ser plausível de reprodução não é algo novo na história da humanidade, basta pensar nos processos de xilogravura e litogravura, anteriores à fotografia e ao cinema. Entretanto, o seu principal ponto de análise volta-se para a perda substantiva da autenticidade das obras artísticas e, conseqüentemente, da sua “aura”, definindo-a como a “figura singular, composta de elementos espaciais e

temporais” (BENJAMIN, 1987, p. 170), que pode ser traduzida ou pensada como as sensações genuínas ao se apreciar uma paisagem, por exemplo.

Os demais representantes da Escola de Frankfurt, notadamente Adorno e Horkheimer (1985), também teorizam sobre o sistema de apropriação da arte pela chamada indústria cultural. Kellner destaca a contribuição dessa teoria social, que deu visibilidade aos processos de produção cultural na sociedade capitalista, possibilitando a reflexão sobre “as origens econômicas e a natureza ideológica de muitos produtos da cultura da mídia” (KELLNER, 2001, p. 60). Entretanto, o que Adorno e Horkheimer (1985) não abordaram foi justamente as possibilidades de resistência do público diante das diferentes estratégias criadas pela indústria cultural para impor a sua dominação.

Nesse aspecto, Martín-Barbero afirma que essa teoria “cheira demais a um aristocratismo cultural que se nega a aceitar a existência de uma pluralidade de experiências estéticas, uma pluralidade dos modos de fazer e usar socialmente a arte” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 78). Notadamente, Martín-Barbero refere-se ao pensamento elitista dos autores diante de uma suposta degradação da cultura quando apropriada pela massa, mas exclui dessa crítica Walter Benjamin, pois acredita na má- interpretação da sua obra. Martín-Barbero avalia que, na verdade, Benjamin buscava compreender as mudanças nas estruturas da percepção sensorial, onde “a nova sensibilidade das massas é a aproximação” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 82)

O novo paradigma da arte mediada pela técnica e massificada, inaugurado com o cinema, tornam-se os novos modos de experienciar a Arte, diferente de um modelo anterior que atribuía ao rito e ao culto essa interação. Antes restrita aos museus e a uma classe que podia pagar pelo seu acesso, agora, com a fotografia e o cinema, a arte é possível a todos, transformando as relações de acesso e recepção, bem como de experiência.

Até esse momento do texto, abordamos os aspectos diretamente relacionados aos suportes (pintura, fotografia, cinema) e a sua distribuição. Com a Revolução Industrial (século XVIII) e as transformações no modo de produção manual para industrial, temos a emergência do capitalismo e um novo paradigma que nasce, gerando transformações nas noções de tempo e espaço e no estilo de vida das pessoas. E esses fatores nos ajudam a compreender também o contexto da produção dos públicos de cinema.

Foi nesse período de emergência da Modernidade e do capitalismo que inúmeras transformações sociais, econômicas e culturais aconteceram na Europa e expandiram-se

para outros países, como os EUA. Para Singer, o processo de industrialização gerou três ideias que dominaram o pensamento contemporâneo, envolvendo mudanças de viés “moral e político, cognitivo e socioeconômico” (SINGER, 2004, p. 115). No viés moral e político a mudança é atribuída na passagem de um período pós-feudal e pós-sagrado para um período de “desamparo ideológico”, onde as normas e valores foram postos em questionamento. O viés cognitivo diz respeito a dominação da racionalidade instrumental como pensamento dominante. Finalmente, o viés socioeconômico aborda as transformações tecnológicas e sociais como “industrialização, urbanização e crescimento populacional rápidos; proliferação de novas tecnologias e meios de transporte; saturação do capitalismo avançado; explosão de uma cultura de consumo de massa” (SINGER, 2004, p. 115). Bondes elétricos, carros, trens disputavam os espaços urbanos com pessoas que tentavam se acostumar aos novos ritmos e mobilidades. Acontecia, basicamente, uma mudança da “experiência de um estado pré-moderno de equilíbrio e estabilidade para uma crise moderna de descompostura e choque” (SINGER, 2004, p.122). Charney descreve este período marcado por um ambiente de “sensações fugazes e distrações efêmeras” (2004, p. 317).

Esse novo ambiente, pautado na hiper estimulação e no choque, afeta profundamente o processo de percepção humana, sendo pensado por teóricos como Kracauer, Benjamin e Simmel. Para eles, o interesse estava na compreensão das mudanças de sensação e experiências humanas, em que “procuraram resgatar a possibilidade da experiência sensorial em face do caráter efêmero da modernidade” (CHARNEY, 2004, p. 317).

Paiva reitera o pensamento de Martín-Barbero sobre Benjamin, pois acredita que “Benjamin fixou-se na ideia de que a modernidade havia causado um aumento radical na estimulação nervosa e no risco corporal, transformando, portanto, a experiência sensorial do sujeito” (PAIVA, 2005, p.140). Reforçando essa percepção, Singer analisa que a contribuição desses três pensadores adiciona à Modernidade uma quarta dimensão de análise: a “neurológica”. Para além das dimensões morais e políticas, cognitivas e socioeconômicas, a compreensão das mudanças na percepção, através dos choques sensoriais, altera a “estrutura da experiência” (SINGER, 2004, p. 116).

Além da mudança de paradigma na forma de experiência humana, a Modernidade também inaugura a ideia de público que é autorizado a ter acesso a diferentes ofertas culturais, diferente do período pré-moderno, onde apenas a aristocracia real possuía

acesso aos bens culturais: “as ofertas culturais na modernidade abrem-se precisamente para um número indefinido de pessoas que não se conhecem, estranhas entre si, sejam convocadas” (MANTECÓN, 2018, p.180).

Todo esse novo ambiente acabou também respingando nas formas de entretenimento e diversões provenientes desse contexto. Singer fala sobre como o choque, o sensacionalismo e a surpresa passaram a compor as formas de entretenimento na virada do século (2004, p. 133), apreciadas desde os próprios jornais, que utilizavam ilustrações “de alto impacto envolvendo qualquer coisa estranha, sórdida ou chocante”, até os parques, que continham “concentrações de sensação visual e cinética” (SINGER, 2004, p. 133-134). Outro tipo de entretenimento bastante conhecido na época eram os *vaudevilles*, “com sua série aleatória de atos prodigiosos, comédias-pastelão, músicas, danças, cachorros adestrados, lutadores e coisas do gênero” (SINGER, 2004, p.134). Segundo Xavier, essa nova ambientação das cidades acabou sendo transportada para as atrações e espetáculos: “estes, na sua composição de movimento, luz, ruído e música, guardam uma correspondência com a agitação de estímulos lá de fora” (XAVIER, 1978, p.26)

Esse contexto de experiências de entretenimento acabou, como nos diz Schwartz (2004), produzindo o espectador do cinema no final do século XIX. Para a autora, as atrações que passaram a ser produzidas nesse período foram fundamentais para o tipo de público que frequentou as primeiras sessões de cinema, bem como para a estética dos primeiros filmes. O “espectador pré-cinematográfico” era aquele que frequentava o “necrotério, os museus de cera e os panoramas” (SCHWARTZ, 2004, p.412), sob o olhar de *flânerie*. Schwartz também descreve os panoramas, que cada vez mais buscaram criar cenários e situações realistas da vida parisiense. Dessa forma, os próprios filmes dos irmãos Lumière foram atrelados aos panoramas pois “no início os filmes foram considerados simplesmente uma nova técnica para representar o movimento, e não estava claro se seriam suficientes como um entretenimento” (SCHWARTZ, 2004, p. 434).

Todo esse ambiente de entretenimento do final do século XIX ilustra não apenas o tipo de público dos primeiros filmes, bem como determina o próprio modelo de filme que passou a ser produzido: “o cinema como espetáculo dirigido para as grandes massas estabeleceu determinadas condições e favoreceu a reiteração de certas características nos filmes”. E foram esses filmes que “substituíram” os espetáculos de atrações, como “circo, certas formas de teatro e *show* de variedades” (XAVIER, 1978, p. 26).

Esses primeiros filmes, designados como parte do “primeiro cinema” (COSTA, 2005, p. 34) ou “cinema de atrações” (GUNNING, 2006), ou “modernidade primitiva” do cinema (LIPOVETSKY; SERROY, 2010), são aqueles produzidos no período entre 1894 até 1908, e que acompanhavam as constantes mudanças e transformações da sociedade. Costumavam ser produzidos na forma de documentários, que retratavam acontecimentos recentes (principalmente tragédias), através da reconstituição dos fatos de forma sensacionalista, cenas cotidianas e filmes ficcionais, sendo a maioria destes do gênero comédia (COSTA, 2005, p. 48).

Uma outra característica dessa primeira experiência é que os primeiros filmes compunham uma grade de programação junto à outras atrações nos *vaudevilles*, atrações essas que, inicialmente, possuíam características bastante ligadas a bizarrices e vulgaridades. Como afirma Araujo (2011, p. 21), os *vaudevilles* eram frequentados por um público mais popular, e com isso, “uma vez que não era possível coibir de uma forma direta esta forma de diversão, ela ficou restrita à população de locais mal-afamados e populosos”.

Nesse período, os espectadores também costumavam expressar suas sensações através de demonstrações físicas. De acordo com Moraes, que analisou os primeiros anos do cinema em Portugal em cidades como Porto, Braga, Viana do Castelo, Vila Real e Bragança, nos ambientes onde aconteciam as exibições dos filmes, ou seja, em feiras ou teatros, os conteúdos dos filmes “provocavam diversas manifestações entre os públicos, como pateadas, gargalhadas, comentários verbais e, frequentemente, de aplausos ao fim de cada apresentação” (MORAES, 2016, p.1177).

O público frequentador desses espaços era constituído, basicamente, por imigrantes, operários das indústrias que explodiam na Europa e nos Estados Unidos da América. Machado (1997) relata que, nesse período, os EUA recebiam uma grande quantidade de imigrantes da Europa Central, e o fato de não dominarem a língua facilitava ao cinema ser a melhor atração para esse público.

Esse contexto começa a sofrer alterações quando foram criadas as primeiras salas específicas para a veiculação de filmes. Nos EUA elas eram chamadas de *nickelodeons*. Costa considera esse período como o fim do primeiro cinema, sendo o momento em que muitas transformações ocorreram na sua linguagem (o início do cinema narrativo), nos espaços em que eram exibidos (os *nickelodeons*, grandes armazéns transformados em cinema) e, principalmente, na percepção do público, visto que o cinema deixa de ser uma

“atividade marginal” e passa a ser popular, tornando-se um “espetáculo industrializado de massa” (COSTA, 2005, p.59). Ainda acredita que os *nickelodeons* foram os responsáveis pelo processo de industrialização do cinema, pois, com uma maior capacidade para receber o público a preços muito acessíveis, acabou enriquecendo os exibidores de cinema de todo os EUA.

Foi nesse período que aconteceu, segundo Martín-Barbero (2006, p. 202), “a decadência do cinema europeu e a supremacia norte-americana”. Mas, para que, de fato, o público que frequentava os *nickelodeons* pudesse deixar de abranger apenas operários e imigrantes, passou por uma série de modificações operadas tanto na sua linguagem e nos seus espaços de exibição.

Foram necessárias mudanças, por exemplo, em termos de higienização dos espaços, tornando-os mais familiares. Ainda insalubres, eles afastavam a presença das classes mais ricas, sendo necessário criar estratégias que “visavam à anulação da presença do outro, tanto pela repressão do comportamento leviano quanto pela eliminação de todos os sentidos que não serviam ao consumo do filme” (MUNDIM, 2021, p. 21). Essas transformações levaram a “diminuição da escuridão absoluta nas salas de projeção, presença do lanterninha, eventual presença de um comentador em alguns casos, manutenção de ambientes limpos, arejados, etc.” (COSTA, 2005, p. 66-67).

Em paralelo às mudanças operadas na estrutura física das salas de cinema, a linguagem cinematográfica também passa por transformações significativas, inaugurando uma nova fase chamada por Lipovetsky e Serroy como “modernidade clássica”, (décadas de 30 a 50), classificada como o período em que os filmes “obedecem a um sistema narrativo claro, fluido, contínuo, movido pela preocupação constante de uma verossimilhança que provoque o envolvimento imediato do espectador” (LIPOVETSKY; SERROY, 2010, p.17).

Imagem, cinema e Pós-modernidade

Muitas transformações operaram diretamente e influenciaram a constituição do cinema ao longo das décadas. Mudanças na sua estrutura econômica, cultural, artística e social incidiram na forma como ele passou a ser produzido, distribuído e, principalmente, nos seus processos de recepção. Lipovetsky e Serroy descrevem essas transformações como pertencentes a um pacote de mudanças pelo qual o cinema precisou enfrentar ao

longo da sua história, em decorrência das transformações que da própria sociedade: “a invenção do sonoro, a passagem do preto e branco à cor, o aparecimento da tela panorâmica, as rupturas estilísticas dos anos 40 (o neo-realismo) e 60 (a Nouvelle Vague)” (LIPOVETSKY; SERROY, 2010, p. 15-16).

Sob essa perspectiva, é possível entender que o cinema sempre sofreu rupturas e transformações, e talvez estejamos vivendo e presenciando um período em que novas “revoluções” estejam acontecendo, inclusive no seu público. Ou, como nomeiam os autores, seja o momento da “emergência de um hipercinema”, que denota mudanças em todas as dimensões: produção, difusão, consumo e estética, caracterizada por

tecnologias genéticas, digitalização, ciberespaço, fluxos financeiros, megalópoles, mas também pornografia, comportamentos de risco, desportos radicais, performances, *happenings*, obesidade, vícios: tudo de amplifica, tudo se radicaliza e se torna vertiginoso, “sem limite”. É como uma imensa fuga para a frente, uma engrenagem sem fim, uma modernização excessiva que gera a segunda modernidade. (LIPOVETSKY; SERROY, 2010, p. 47)

No cinema, essa nova etapa da modernidade, ou pós-modernidade, é caracterizada segundo alguns autores por mudanças na própria estrutura da imagem, como as três dimensões abordadas por Lipovetsky e Serroy (2010, p. 64-65): “a hiperbolização (imagem-excesso); a lógica da desregulação e complexificação formal do espaço-tempo fílmico (imagem-multiplex) e a autorreferencialidade (imagem-distância)”. Para os autores, essas três características têm em comum a total liberdade de quaisquer amarras ou barreiras estéticas, ao contrário dos períodos anteriores em que a arte foi submetida às demandas da Igreja, do clero, da burguesia, do mercado, etc.

Outros autores também refletem sobre essas novas características do cinema sob o olhar da Pós-modernidade. Hutcheon volta-se para a análise da interrogação e questionamento da arte moderna através de uma revisitação crítica de si mesma: “não é um retorno nostálgico; é uma reavaliação crítica, um diálogo irônico com o passado da arte e da sociedade” (HUTCHEON, 1991, p.20). O pensamento de Hutcheon é que o pós-modernismo não nega a história, pelo contrário, precisa dela para revisitá-la a luz do presente, definindo o pós-modernismo na arte como um movimento “caracterizado pela história e também por uma investigação internalizada e autorreflexiva sobre a natureza, os limites e as possibilidades do discurso da arte” (HUTCHEON, 1991, p. 42).

Uma outra perspectiva sobre uma possível estética ou semiótica pós-moderna no cinema é realizada através da contribuição de Zavala. Para o autor, não é possível dizer e mapear filmes que sejam pós-modernos, pois eles podem ser considerados como filmes que se apropriam, ironicamente ou não, de características estéticas do cinema clássico e moderno, através de rupturas ou experimentações. Zavala (2005) descreve dez elementos⁵ que definem a estrutura semiótica da experiência estética dos espectadores, e a partir da análise das características específicas desses dez elementos é que será possível entender quais elementos estéticos pós-modernos os filmes apresentam.

Todas essas discussões brevemente situadas nesse texto nos direcionam a pensar, afinal, sobre os novos públicos desse novo modelo de produção cinematográfica, não mais pautada no cinema, mas no audiovisual⁶, que extrapolam as salas de cinema e os cineclubes. Nesse aspecto, os estudos de recepção, segundo Mascarello (2000), passaram a ganhar um olhar diferenciado a partir do anos 70, com o objetivo de compreender a relação subjetiva que os filmes exercem no espectador a partir do capitalismo. Desde então, avanços nesses estudos foram significativos na mudança de perspectiva do espectador como sujeito passivo a um espectador ativo, porém, ainda insuficientes para compreender o comportamento e prazer do espectador “nômade” pós-moderno.

No campo do cineclubismo, essa discussão se faz extremamente pertinente e necessária quando se observa as mudanças nos públicos de cinema e, de forma geral, na própria essência e objetivos do movimento. A quem se direciona o cineclubismo contemporâneo? Aos cinéfilos, aqueles que ajudaram a consolidar uma perspectiva de cinefilia com base no modelo francês da década de 50 (BAECQUE, 2011) ou na compreensão e ajustes dos seus princípios formativos, que atenda as novas demandas dos públicos contemporâneos?

Nesse sentido García Canclini alerta para a necessidade de pensarmos além do espectador ou do leitor, visto que “a indústria está unindo as linguagens e combinando os espaços: ela produz livros e também áudio-livros, filmes para o cinema, para o sofá e o celular” (GARCÍA CANCLINI, 2008, p. 18). Assim, embora os públicos de cinema possuam sua própria história e especificidade, o que para ele define o conceito de

⁵ Os dez elementos listados por Zavala (2005) são: início, imagem, som, cena, edição, gênero, narrativa, intertexto, ideologia e final.

⁶ Para Mendes (2017, p. 11), entende-se o audiovisual como “os vídeos, as músicas, *games*, filmes e publicidade”

“espectador”, ou seja, a noção de um público definido “em relação a um campo específico”, caracterizá-los no atual contexto exige uma nova lógica de pensamento, que abarque uma noção de público mais direcionada ao que ele denomina como “internauta”, ou seja, um “agente multi-mídia que lê, ouve e combina materiais diversos, procedentes da leitura e dos espetáculos” (GARCÍA CANCLINI, 2008, p.22).

Por sua vez, Portela acende a discussão em torno das particularidades e complexidades dos públicos na era digital, citando questões acerca da aproximação entre emissor e receptor e um processo de “individualização da oferta, fragmentada por micro-públicos” (PORTELA, 2019, p.11). Além disso, aponta como fator de complexidade na tentativa de compreensão dos públicos contemporâneos a expansão e globalização das mídias, que torna mais acessível os canais de comunicação, fragmentando-os ainda mais, bem como a influência das questões econômicas na tentativa de contemplar as múltiplas variáveis implicadas na compreensão de padrões de comportamento das diferentes audiências, indo além dos interesses sociais e culturais.

E são justamente as questões econômicas que influem em uma nova categoria de público, diz Mantecón. Para a autora, a partir da modernidade e do nascimento das indústrias culturais, com a produção de transmídias, surge um novo público, que não pode ser dissociado da ideia de consumidor. Essa nova forma de ser público faz com que ele interaja com os diferentes produtos culturais “de uma maneira totalmente nova, como usuário e como produtor ou emissor cultural, daí sua catalogação como *produsuário*” (MANTECÓN, 2017, p. 52). Ela ainda complementa a ideia desse novo público associado ao papel de consumidor, que, embora navegue por novos contextos duvidosos de autoria de produção, tem a oportunidade, que não tinha antes, de vivenciar uma experiência mais democrática de acesso e participação, ou seja, de “*produsuário*”.

São questões complexas no âmbito da cultura digital e que certamente merecem maior reflexão na perspectiva dos aspectos-chave da mídia-educação, do endereçamento e da literacia midiática, e que ainda precisam ser melhor problematizadas, tanto do ponto dos produtores/consumidores/*prosumers* como do ponto de vista da mediação educativa.

Considerações finais

Buscamos, resumidamente, construir um recorte temporal que contemplasse a influência das dimensões histórica, econômica, social e cultural na compreensão das

transformações operadas na interação entre imagem e sociedade. Nesse percurso, descobrimos que ela, sob diferentes suportes, foi responsável por várias mudanças de paradigma na forma como foi produzida, distribuída e consumida, bem como revolucionou e inaugurou novos modelos de racionalidade e experiência estética.

Ao acompanhar as experiências de crianças e jovens no acesso a novas e diversas possibilidades de interação com as imagens em movimento, temos a clareza que novos paradigmas continuam surgindo a partir dessas experiências, não mais restritas ao mero consumo, mas agregando outros elementos voltados à produção e participação. E são essas questões que continuamos a investigar, analisar e conhecer, pois retratam aspectos de um novo cenário de experiência e práticas culturais de crianças e jovens com o cinema e o audiovisual.

Nesse contexto, percebemos os cineclubes como instituições potencialmente implicadas na produção e mediação de novas experiências entre os públicos e o cinema. Tendo em conta esse cenário, acreditamos que essa investigação poderá contribuir com a discussão sobre o papel do cineclubismo na atualidade, bem como refletir sobre as necessidades formativas de crianças e jovens para uma formação crítica na relação que estabelecem com as diferentes mídias, em especial, com o cinema e o audiovisual, ampliando o debate em torno da necessidade de um trabalho interdisciplinar entre diferentes instituições culturais e a escola.

Referências:

ARAUJO, C. B. **Modernidade e transição no cinema americano entre 1894 e 1915**. 131 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2011.

BAECQUE, A. **Cinefilia**. 1. ed. Editora Cosac & Naify, 2011. 472 p.

BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre a literatura e história da cultura**. Tradução: Saulo P. Rouanet. 3. Ed. São Paulo, SP: Editora Brasiliense, 1987. p. 165-196.

BENJAMIN, W. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo (obras escolhidas, volume III)**. Tradução: José C. M. Barbosa; Hemerson A. Baptista. Editora Brasiliense, 2017.

BREA, J.L. **Las três eras de la imagen: imagen-materia, film, e-imagen**. Madri, Espanha: Editora Akal, 2010. 143 p.

CHARNEY, L. Num instante: o cinema e a filosofia da modernidade. In: CHARNEY, L.; SCHWARTZ (Orgs.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004. p. 317-336.

COSTA, F.C. **O primeiro cinema**: espetáculo, narração, domesticação. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2005, 256 p.

DEBRAY, R. **Vida e morte da imagem**: uma história do olhar no ocidente. Tradução: Guilherme Teixeira. Rio de Janeiro, RJ: Vozes, 1993.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Tradução: Roberto Machado. 13. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

GARCÍA CANCLINI, N. **Leitores, espectadores e internautas**. Tradução: Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

GUNNING, T. Le cinema d'attraction: le film des premiers temps, son spectateur, et l'avant-gard. **1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze**, n. 50, p. 55-65, dez. 2006. DOI 10.4000/1895.1242. Disponível em: <http://journals.openedition.org/1895/1242>. Acesso em: 5 jul.2022.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985. 254 p.

HUTCHEON, L. **Poética do pós-modernismo**: história, teoria, ficção. Tradução: Ricardo Cruz. Rio de Janeiro: Imago Ed., 1991. 330 p.

KELLNER, D. **A cultura da mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Tradução: Ivone C. Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001. 454 p.

KRACAUER, S. **O ornamento da massa**. Tradução: Carlos E. J. Machado; Marlene Holzhausen. São Paulo: Cosac & Naif, 2009.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **O ecrã global**. Tradução: Luís Filipe Sarmiento. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2010.

MACHADO, A. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Campinas, SP: Papyrus, 1997.

MAFFESOLI, M.; MARTINS, M. L. (2011). Ciberculturas. **Revista de Comunicação e Linguagens**, [s.l.] n. 42, p. 41-52, mar.2011. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/23794>. Acesso em: 05 jul. 2022.

MANTECÓN, A. R. O que é público? **Revista Poiésis**, n. 14, v. 10, p. 173-213, out. 2018. DOI 10.22409/poiesis.1014.173-213.

MANTECÓN, A.R. **Ir al cine: antropología de los públicos** – la ciudad de las pantallas. 1. ed. Barcelona, Espanha: Gedisa Editorial, 2017.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução: Ronald Polito; Sérgio Alcides. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006. 360 p.

MARTINS, M. L. **Crise no castelo da cultura**: das estrelas para os ecrãs. 1.ed. Coimbra, Portugal: Grácio Editor, 2011.

MASCARELLO, F. Notas para uma teoria do espectador nômade. In: **Estudos de Cinema: Socine II e III**. São Paulo: Editora Annablume, 2000. p. 219-238.

MELOT, M. **Uma breve história...da imagem**. Tradução: Aníbal A. Alves. 1.ed. Ribeirão, Vila Nova de Famalicão: Edições Húmus, 2015.

MENDES, A. Mais uma “outra” história do cinema? In: Elsaesser, T. **Cinema como arqueologia das mídias**. Tradução: Carlos Szlak. São Paulo, SP: Edições Sesc São Paulo, 2017, p. 8-17.

MONDZAIN, M. **Homo spectator: ver, fazer ver**. Tradução: Luís Lima. 1. ed. Lisboa: Editora Orfeu Negro, 2015.

MORAES, J. M. Os públicos de cinema em Portugal entre a diversão e o decoro: as distintas apropriações dos espaços cinematográficos (1896-1924). **Estudo Ibero-Americanos**, Porto Alegre, RS, v. 42. n.3, p. 1168-1188, set./dez. 2016. DOI 10.15448/1980-864X.2016.3.22930. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=134648568018>. Acesso em: 5 jul. 2022.

MUNDIM, L.F.C. (2021). Quando o mal é grande e sem remédio radical, tomamos remédios improvisados – a industrialização do cinema e as origens da organização do público na França (1985 – 1914). **Tempo e Argumento**, Florianópolis, SC, n. 32, v. 13, e0203, 2021. DOI: 10.5965/2175180313322021e0203.

PAIVA, V. Luz, câmera, cidade: efeitos da aceleração urbana na tela do cinema. **Logos: Comunicação e universidade**. Rio de Janeiro, v. 1, n. 22, p. 137-152, 2005. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/issue/view/55>. Acesso em: 5 jul 2022.

PORTELA, P. **Introdução aos estudos de audiência**. Braga, Portugal: CECS, 2019. E-book. 80 p. ISBN 978-989-8600-85-1. Disponível em: https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/61715/1/2019_Portela_Introducao-Estudos-de-Audiencia.pdf. Acesso em: 5 jul. 2022.

SCHWARTZ, V.R. O espectador cinematográfico antes do aparato do cinema: o gosto do público pela realidade na Paris fim-de-século. In: CHARNEY, L.; SCHWARTZ (Orgs.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004. p. 337-360.

SIMMEL, G. A metrópole e a vida mental. Tradução: Sérgio M. Reis. In: VELHO, O. G. (org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

SINGER, B. Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In: CHARNEY, L.; SCHWARTZ (Orgs.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004. p. 95-126.

XAVIER, I. **Sétima arte: um culto moderno**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1978.

ZAVALA, L. Cine clássico, moderno y pós-moderno. **Razón y palabra**. México, n. 46, ago./set. 2005. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n46/lzavala.html>. Acesso em: 6 jul. 2022.