



Perfil e tendências do Frequentador do Cine e Vídeo Tarumã - 2010 a 2011¹

Luiza Elayne AZEVEDO²

Jessica Mayara VICENTINI³

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

Realizou-se um estudo com o objetivo de conhecer o perfil dos frequentadores do Cine e Vídeo Tarumã, cineclube que se apresenta como projeto de extensão vinculada ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas. A partir de variáveis socioeconômicas e culturais, procurou-se verificar os hábitos e tendências do frequentador do cineclube, assim como sua relação com o cinema e o Cine e Vídeo Tarumã, tendo como base o conceito de capital cultural, proposto por Bourdieu. Para isso, utilizou-se uma amostra de 116 questionários, aplicados aos frequentadores do Cine e Vídeo Tarumã, entre discentes, docentes, servidores técnicos e visitantes.

Palavras-chave: Perfil; Tendências; Frequentador; Cine e Vídeo Tarumã.

1. Introdução

A cultura audiovisual é agressivamente impactante na formação das pessoas nos dias de hoje. Grande parte do que aprendemos em termos de história, geografia, ética e estética é proveniente da cultura audiovisual, seja pelo cinema, TV ou pela internet. Contudo, a linguagem audiovisual pode ser bastante complexa, e é fundamental que as pessoas saibam como “ler” e interpretar imagens, filmes e vídeos. Nesse contexto se insere a prática cineclubista que tem em seu horizonte o objetivo de aliar entretenimento, construção de identidade e de memórias dos grupos sociais e inclusão social, palavra em voga nos dias de hoje.

Diante do exposto, a linguagem cinematográfica e seus congêneres podem e devem ser vistos como instrumentos de democratização da cultura humana em geral e das manifestações de grupos sociais e culturais em particular – democratização que envolve acesso não só aos meios de exibição, mas também aos de produção e aos de organização em torno de objetivos específicos. Dentro desse contexto, se insere o

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, doutora em Ciências Socioambientais, professora do curso de graduação e pós-graduação do Departamento de Comunicação Social da Ufam, tutora do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social (PETCom) e líder do Grupo de Estudos e Pesquisa em Comunicação Social (Gepecs). E-mail: luindia@uol.com.br.

³ Acadêmica do 3º período do curso de Relações Públicas da Ufam, bolsista do PETCom. E-mail: jessicavicentini@gmail.com.



cinelube “Cine e Vídeo Tarumã”, sendo o mesmo vinculado ao curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas e que se constitui um projeto de extensão da Pró-Reitoria de Extensão e Interiorização – Proexti, da Instituição de Ensino.

Em funcionamento ao longo de 21 anos, o projeto Cine e Vídeo Tarumã já se consolidou como referência na vida cultural da comunidade universitária através do objetivo de aliar o entretenimento a uma prática educativa, via oferta de filmes selecionados e premiados em festivais nacionais e internacionais. Há ainda a preocupação quanto à variação constante de gêneros fílmicos, de forma que o projeto se torne o mais abrangente possível em relação a seu público.

É possível perceber, através do Cine e Vídeo Tarumã, as principais funções de um cineclube diante da sociedade, que são: cultivar o próprio cineasta e o cinéfilo, apresentar as diversas formas de cinema, produzidas em lugares e épocas diferentes, estimular a leitura crítica dos filmes, além de despertar a criatividade e mostrar a importância de conhecer o cinema para realizá-lo com inovação.

Tendo em vista a importância do conceito de cineclube e da presença do Cine e Vídeo Tarumã na Universidade Federal do Amazonas e pela ausência de pesquisas atuais sobre o assunto (a última foi realizada em 2007), sentiu-se a necessidade de traçar o perfil do frequentador desse cineclube. Para se efetivar a pesquisa foram utilizados dados provenientes de fontes bibliográficas e de campo com amostra aleatória. Distribuiu-se 223 questionários com questões mistas no mês de dezembro de 2010, fevereiro, março e abril de 2011. Obteve-se 116 questionários respondidos. Os mesmos eram compostos pelas unidades temáticas: Dados Pessoais; Hábitos; Frequência; Interesses cinematográficos; Avaliação do projeto; Exibições memoráveis.

Com a coleta de tais dados, buscou-se traçar o perfil e tendências do frequentador do Cine e Vídeo Tarumã, bem como ressaltar tendências quanto às preferências de gêneros e nacionalidades de filmes, além da frequência no cineclube da Universidade e sua importância.

2. Discussões iniciais

Um Cineclube tem por papel proporcionar um conhecimento mais profundo do cinema sobre todos os seus aspectos visando alcançar uma educação cinematográfica. Entende-se por educação cinematográfica as seguintes possibilidades: 1. Formação cultural do espectador a fim de tirá-lo de sua passividade e lhe dar subsídios para



analisar criticamente um filme sobre os seus mais variados aspectos; 2. Formação para adquirir uma consciência de escolha dos filmes. Portanto, se compreende os cines clubes como espaços abertos a toda sociedade.

Dentre seus objetivos se destaca a contribuição na formação e informação principalmente dos jovens. Assim, esses espaços se constituem em redes de integração, troca de ideias, fruição, entretenimento e conhecimento. Outro fator relevante se relaciona com a inclusão de minorias visando à construção de cidadãos críticos e participativos propostos pelos vários projetos desenvolvidos nas Escolas de Ensino Fundamental e Médio tanto da rede pública quanto da particular.

Outro conceito fundamental na análise da pesquisa foi o de capital cultural, proposto por Bourdieu (2002). Segundo o autor, a estrutura de distribuição do capital cultural nada mais é que um reflexo da estrutura de distribuição do capital econômico. Efetivando a discussão, Amaral (2007) argumenta sobre o capital cultural como um conjunto de “disposições estéticas dos indivíduos, manifestadas em suas preferências e gostos, resultantes do seu *habitus* cultural e determinantes do seu consumo de bens culturais” (BORDIEU, 2002, p. 101). Assim, o capital cultural assume três formas básicas:

- Estado incorporado – preferências musicais, experiências adquiridas em viagens, lugares que frequenta, conhecimento assimilado, entre outros;
- Estado objetivado - sob a forma de quadros, livros e outros bens culturais/simbólicos;
- Estado institucionalizado – um diploma, por exemplo, que confere ao indivíduo o respaldo de um conhecimento ou preparo adquirido institucionalmente.

A investigação se respalda principalmente por dois estados: o incorporado e o objetivado na busca das preferências cinematográficas se levando em consideração que o cinema é ao mesmo tempo um bem cultural e bem econômico.

3. Perfil e tendências do Freqüentador do Cine e Vídeo Tarumã



Presente há 21 anos na Universidade Federal do Amazonas, o projeto Cine & Vídeo Tarumã possui grande reconhecimento perante a comunidade acadêmica da Universidade. As exposições são abertas à sociedade no geral, não ficando restritas apenas aos alunos, professores e servidores técnicos da instituição, se tornando um espaço democrático, além de ser uma oportunidade de levar cultura e entretenimento para os interessados, independente de classe econômica e status social.

Devido à grande importância do projeto, sentiu-se a necessidade de traçar o perfil do frequentador do Cine & Vídeo Tarumã, buscando esclarecer o papel do cineclubista dentro da comunidade em que se insere, assim como ressaltar tendências desse frequentador, como características socioeconômicas e culturais, preferências filmáticas, frequência e sua relação com o projeto.

3.1. Métodos e materiais

Na pesquisa realizada, trabalhou-se com o universo de 223 pessoas e uma amostra aleatória igual a 116, entre acadêmicos, docentes, funcionários e visitantes da Universidade Federal do Amazonas.

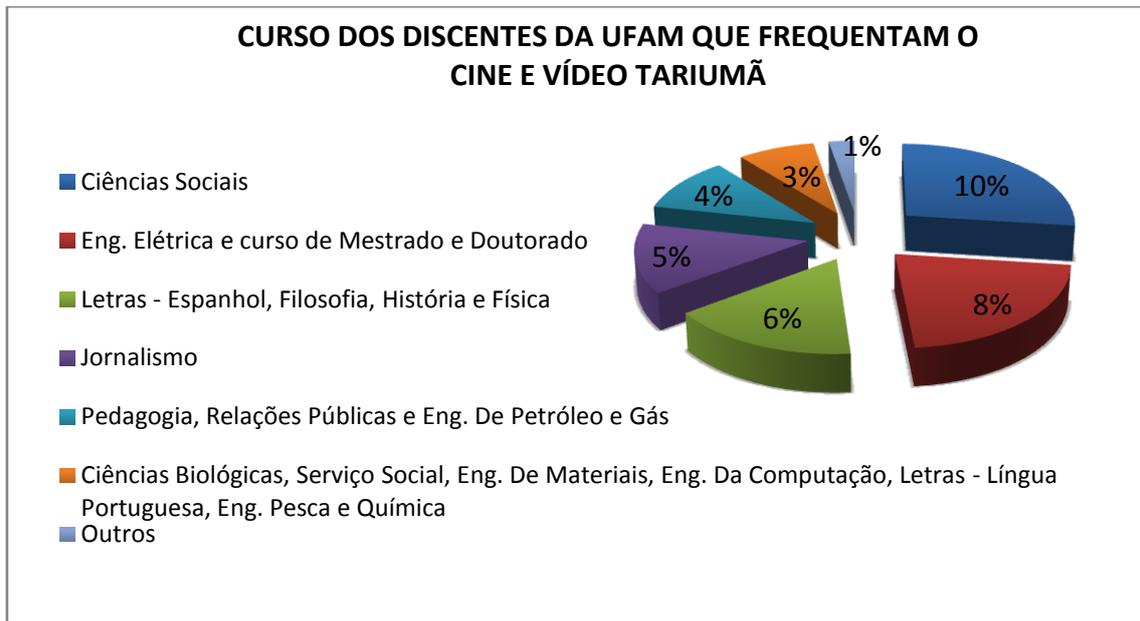
3.2. Definição da amostragem

A pesquisa apontou para um total de 52% de frequentadores entre 18 e 24 anos, seguido de um percentual de 32% entre 25 e 34 anos. Quanto à ocupação do frequentador do Cine e Vídeo Tarumã, 67% desses são discentes. Em relação ao gênero, 53% são do sexo masculino; 52% do sexo feminino. Quanto ao perfil econômico, verificou-se que 37% dos frequentadores possuem renda mensal entre 3 e 4 salários mínimos, seguido de 36% que apresenta renda entre 1 e 2 SM.

3.3. Discentes Frequentadores do Cine e Vídeo Tarumã

Diante da maioria discente entre os frequentadores do Cine e Vídeo Tarumã, buscou-se analisar os cursos dos quais esses provinham. Foi verificada uma grande variedade em tal aspecto observado, contrariando a expectativa que se tinha em obter um grande número de acadêmicos de Comunicação Social, já que se trata de um projeto de extensão vinculado ao curso. No gráfico abaixo, podemos observar essa diversidade:

Gráfico 1



Os alunos mais freqüentes nas exibições vêm do curso de Ciências Sociais, somando 10%, em seguida vêm os acadêmicos de Engenharia Elétrica e cursos de Mestrados e Doutorados. Um fato a ser observado é que o local onde as exibições do Cine e Vídeo acontecem, o auditório Rio Solimões, fica localizado no Instituto de Ciências Humanas e Letras, fato este que não é visto como empecilho para alunos de outros cursos localizados em prédios diferentes e mais distantes, como os de Engenharia, o qual obteve grande representatividade no (Gráfico 1).

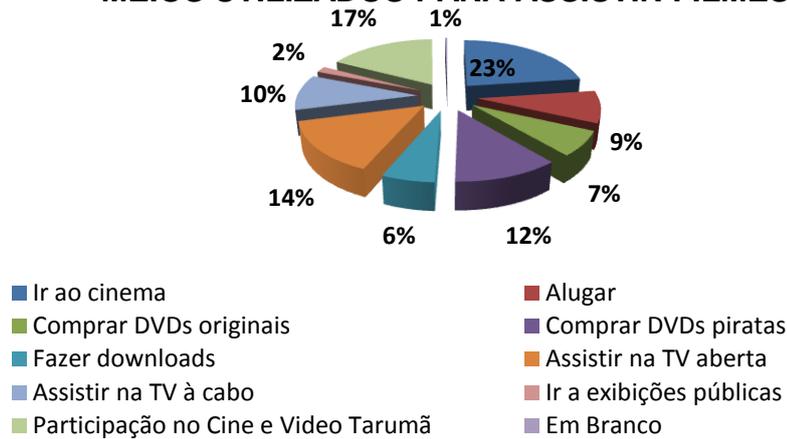
3.4. Hábitos dos freqüentadores em relação ao Cinema

Um dos objetivos da pesquisa é analisar os hábitos dos freqüentadores do Cine e Vídeo Tariumã em relação ao cinema, além de perceber de que forma a presença do projeto influencia nessa relação, inserindo-o no ambiente acadêmico. Em relação a hábito de ir ao cinema, constatou-se que 35% vão raramente; 23% mensalmente. Quanto aos mais freqüentes, 20% vão semanalmente e 19% vão quinzenalmente.

Foram analisadas, ainda, outras formas de assistir filmes utilizados pelos freqüentadores, representadas no gráfico a seguir:

Gráfico 2

MEIOS UTILIZADOS PARA ASSISTIR FILMES

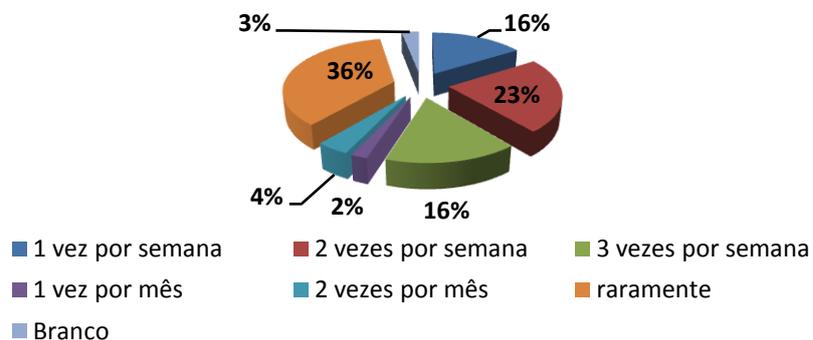


Notamos no gráfico acima a importância do Cine e Vídeo Tarumã na relação entre seu frequentador e o cinema, sendo esta a segunda maneira mais utilizada para assistir filme, com 17%, ficando atrás apenas do cinema, com 23%.

3.5.Frequência no Cine e Vídeo Tarumã

Analisando os hábitos relacionados ao cinema, e com a notável presença do cineclube no cotidiano de seu público, buscou-se investigar com que frequência esse se apresenta às exposições, como mostra o gráfico 3:

Gráfico 3



Mesmo com a maior porcentagem (36%) apontando para uma rara frequência, o público que vai as exhibições 1, 2 e 3 vezes na semana, juntos, somam 55% do total, o que indica que há um bom público presente semanalmente no Cine e Vídeo Tarumã.

Sobre a funcionalidade do Cine e Vídeo Tarumã, o projeto faz suas exhibições três vezes por semana, sendo os dias escolhidos segunda, quarta e sexta-feira, apresentando uma temática fílmica semanalmente. Segundo Bruno Izidro⁴, bolsista do projeto, “a escolha dos filmes pode ou não estar relacionado a datas comemorativas do mês em que são exibidos, ou então apresentar temas que estejam em voga”. Questionou-se aos frequentadores, então, se esses concordavam com a funcionalidade diária do projeto (Gráfico 4):

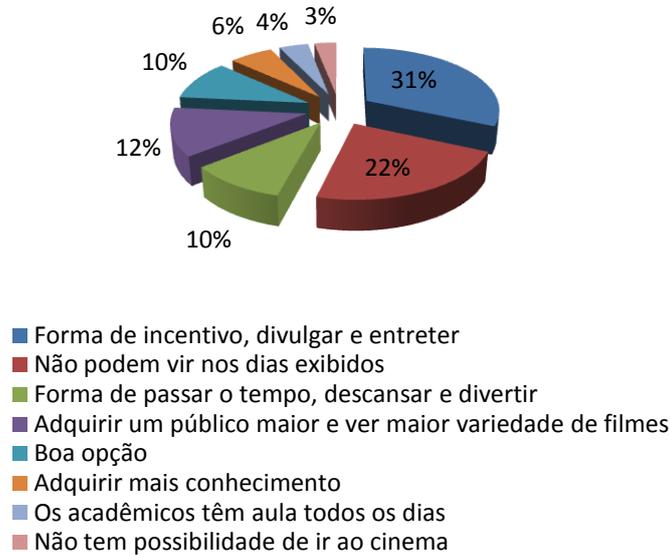
Gráfico 4



67% responderam sim e alegaram os seguintes motivos para justificar o porquê da funcionalidade diária (Gráfico 5):

⁴ Acadêmico do 8º período do curso de Jornalismo da Ufam, bolsista do projeto de extensão Cine e Vídeo Tarumã.

RESPONDERAM SIM - MOTIVOS



Sobre o assunto de o projeto funcionar todos os dias, Antonio José Vale da Costa⁵, criador e coordenador do projeto, a presença do Cine e Vídeo Tarumã:

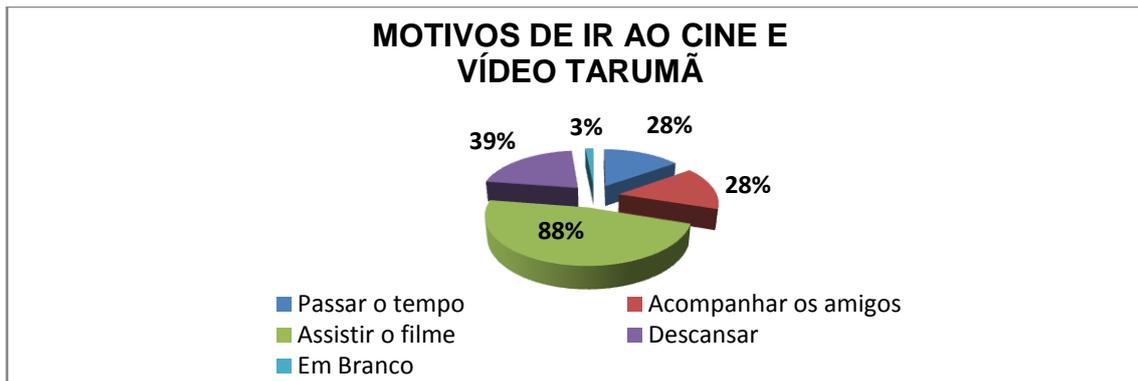
Para mim seria o ideal, mas nós não temos uma infraestrutura adequada aqui na universidade, o auditório que nós utilizamos para as 3 exibições semanais é muito disputado pelos outros cursos do ICHL, precisaríamos de outro espaço para essas exibições, um cinema, como já tem em outras universidades, para isso o projeto teria que ser institucionalizado, assim como a TV Ufam é, inclusive eu até já fiz essa proposta para Pró-reitoria de Extensão e Interiorização(Proexti), porém ela foi recusada, mas quem sabe um dia não é?!.
(ENTREVISTA COSTA, 2011)

Por sua vez, 33% responderam não haver necessidade de funcionalidade diária, com os seguintes motivos: para 19%, todos os dias atrapalhariam os estudos; para 19%, não manteria o público.

Sobre os principais motivos que levam as pessoas a freqüentarem o Cine e Vídeo Tarumã são apresentadas no Gráfico abaixo:

Gráfico 6

⁵ Entrevista concedida em 07.06.2011 ao www.petcomufam.com.br. Jornalista, Especialista em Educação básica não-formal, professor do curso de Graduação de Comunicação Social da Ufam, coordenador do Projeto Cine e Vídeo Tarumã.



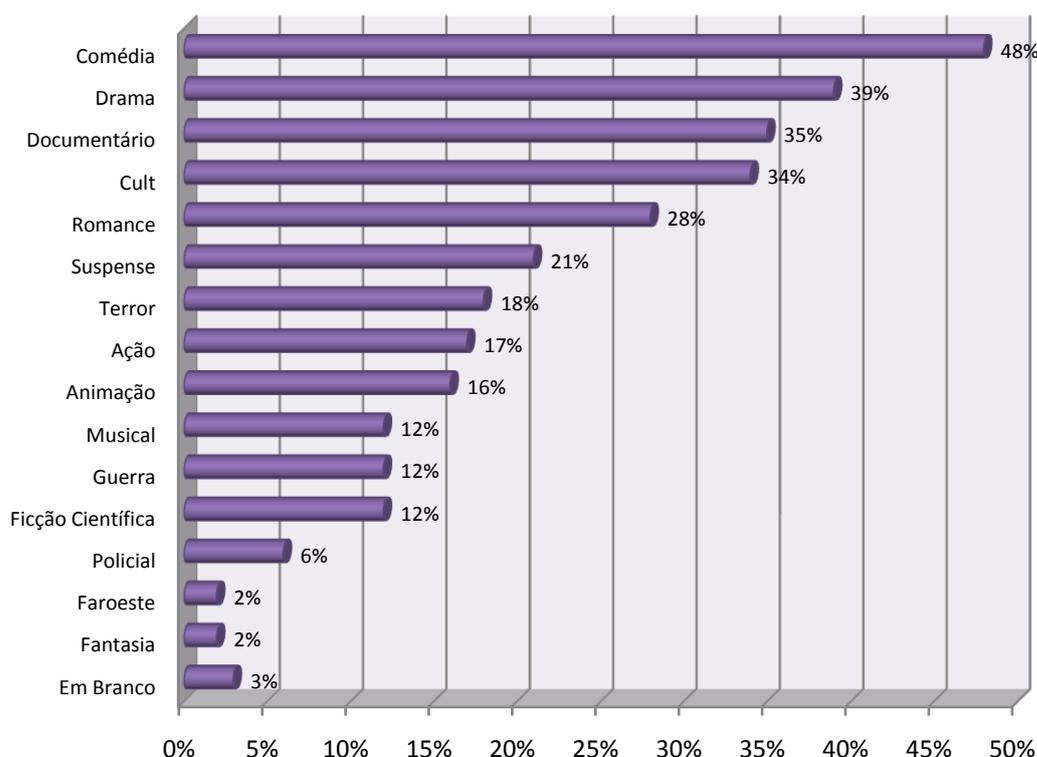
Como o esperado, assistir o filme é o principal motivo com 88%. Podemos atribuir o fato de “passar o tempo” ter ficado em terceiro lugar, com 28%, devido ao horário das exhibições, entre 12h30 e 14h00, horário de intervalo de aulas e dos funcionários. Assim, aproveitam o espaço do Cine e Vídeo Tarumã para aguardar a volta das atividades.

3.6. Interesses dos freqüentadores

Traçando o perfil do freqüentador, foram investigadas as preferências quanto à nacionalidade e gêneros dos filmes exibidos no Cine e Vídeo Tarumã. Em relação à origem dos filmes, constatou-se a preferência pelos filmes brasileiros, com 65%. O cinema norte-americano, porém, ainda manteve seu prestígio (58%), mostrando que os filmes hollywoodianos ainda são muito consumidos pelo público. Filmes espanhóis, franceses e alemães também estão entre os mais citados pelo público. Quanto aos gêneros, a comédia obteve destaque na opinião dos freqüentadores, com 48%, seguido do drama, com 39%, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 7

GÊNEROS DE FILMES FAVORITOS



Além das nacionalidades e gêneros favoritos, foram levantados os filmes memoráveis segundo a opinião do público. Entre os mais citados estão: “Se beber não case” (4,2%), “Réquiem por um sonho”, “Hotel Ruanda”, “Insaciável” e “Preciosa”, com 3,3%, “Quem quer ser um milionário?”, “Vick Cristina Barcelona”, “A partida”, “Toda nudez será castigada”, “O anticristo” e “Albergue espanhol”, com 2,5%. Foram citados 24 filmes no total.

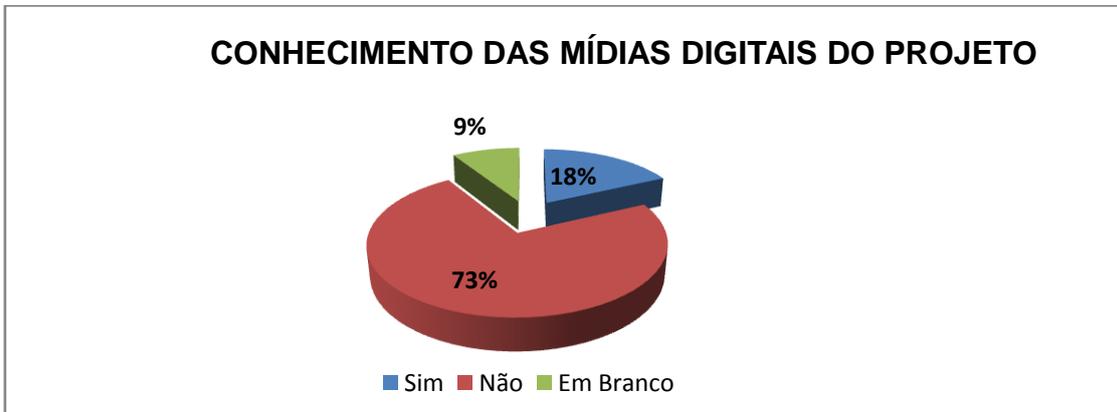
3.7. Mídias Digitais do projeto

Além das exibições de filmes semanais, o cineclube conta ainda com a Internet para manter contato com seu público. Atualmente, o projeto conta com um Blog⁶, um perfil no Twitter⁷, além de uma comunidade no Orkut. O objetivo da presença nas mídias digitais é promover a interatividade entre o Cine e Vídeo Tarumã e seus frequentadores. Diante disso, questionou-se o conhecimento e a efetividade dessas mídias perante o público do Cine e Vídeo Tarumã. O resultado pode ser visto a seguir:

⁶ <http://www.cinevideotaruma.blogspot.com>.

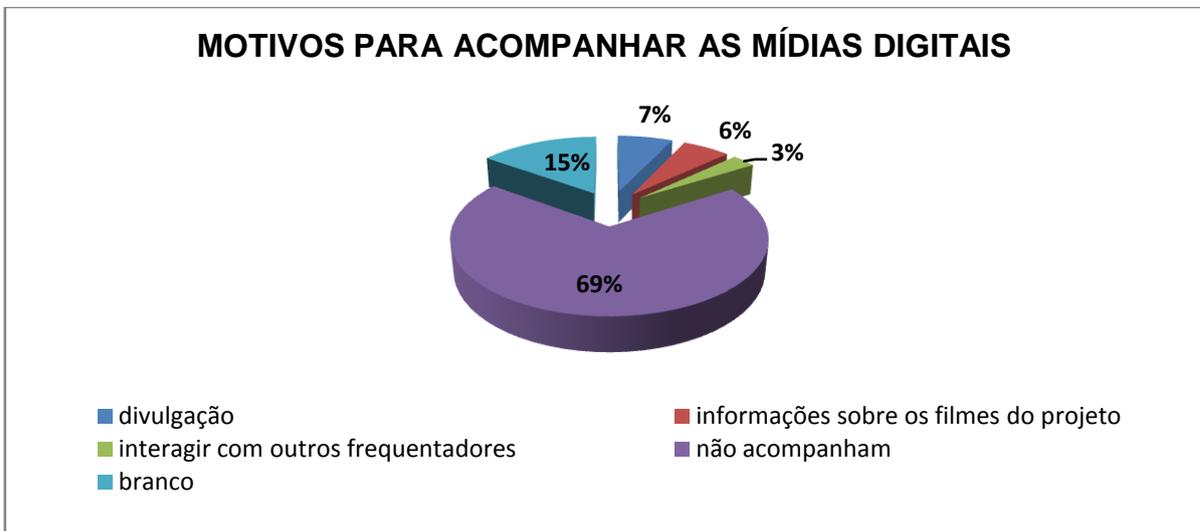
⁷ Twitter: @cinevideotaruma.

Gráfico 8



Embora as mídias digitais sejam utilizadas com o objetivo de ser um canal entre o cineclube e seus frequentadores, essas ainda não são conhecidas pelos mesmos. Entre os que têm conhecimento da sua existência, a mídia digital mais seguida é o Blog com 8%, em seguida o Twitter, com 7%, em seguida, o Orkut com apenas 3%. Entre os que conhecem as mídias digitais do projeto, os principais motivos para acompanhá-las são:

Gráfico 9

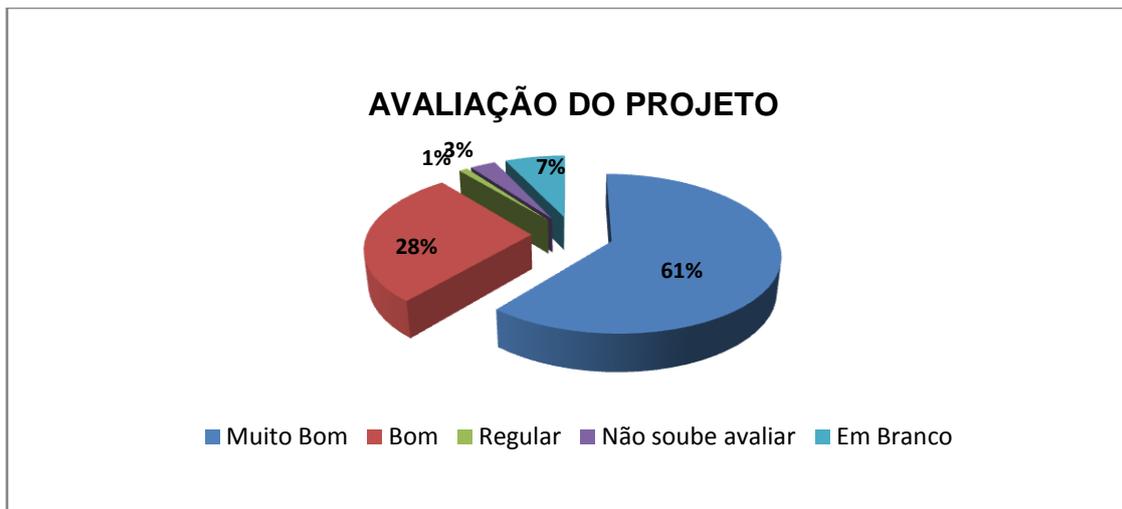


Entre os principais motivos para acompanhar as mídias sociais do Cine e Vídeo Tarumã estão a divulgação do projeto (7%) e a obtenção de informações sobre os filmes que foram e serão exibidos (6%).

3.8. Avaliação do Projeto

Por fim, foi analisada a opinião dos frequentadores quanto ao projeto no geral, incluindo seus objetivos, funcionamento, e filmes exibidos, obtendo assim um panorama do reconhecimento do cineclube perante o seu público.

Gráfico 10



Como vem sendo ao longo dos anos, o Cine e Vídeo Tarumã mantém a boa imagem e o prestígio entre os seus frequentadores, com os resultados positivos apresentando um percentual de 61% para Muito bom; 28% para Bom, somando 89% do total. Sobre o tema, para Antônio José Vale da Costa, a presença do Cine e Vídeo Tarumã “contribui diretamente para a formação do universitário, porque é uma atividade de extensão, que além de complementar as ações em sala de aula, estimula o senso crítico do estudante, não apenas para com o cinema, mas principalmente para com o mundo.”

Graciene Siqueira⁸ consubstancia a relevância do projeto afirmando que: “uma das principais importâncias do projeto é que ele está ligado diretamente com o curso de Comunicação e como não dispomos de um curso superior na área, possibilita uma discussão em nível estético e crítico”. Acredita, ainda, Graciene “no cinema como uma ferramenta educadora, logo, assistir a um filme é um aprendizado interessante que nos permite uma visão crítica do mundo, visão essa muito valorizada na nossa área.”

Siqueira, afirma também que

⁸ Entrevista concedida em 07.06.2011 ao www.petcomufam.com.br. Mestre em Ciências da Comunicação do Programa de Pósgraduação em Ciência da Comunicação na área de Cinema- PPGCOM-UFAM. Professora de Jornalismo do Campus Parintins da Universidade Federal do Amazonas.



Não cabe ao projeto solidificar o cinema nacional, é uma questão bem mais ampla. Mas também acredita que filmes recentes como *Tropa de Elite 2: o inimigo agora é outro*, *Cidade de Deus*, *5x Favela – Agora por nós mesmos*, entre outros, permitem uma discussão sobre a estética do filme e também do ponto de vista social podem sim ser explorados. (ENTREVISTA SIQUEIRA, 2011).

Sobre os temas escolhidos a cada semana para a exibição, a mestrandia relata que há 2 anos não tem oportunidade de assisti-los devido a sua estadia na cidade de Parintins, mas acha importante esses “tributos” não só aos artistas, mas também aos diretores a fim de permitir que o espectador possa conhecer o “estilo” pessoal de alguns.

4. Considerações

Considerando as variáveis utilizadas nesta pesquisa e as suas inter-relações, se observa uma aproximação entre os componentes socioeconômicos e os culturais avaliados, confirmando, desse modo, uma das proposições da pesquisa: a importância do Cine Clube e Vídeo Tarumã para o capital cultural dos frequentadores do projeto.

O elevado interesse e frequência dos entrevistados pela área de Cinema e Audiovisual se mostra como um desafio para o projeto na busca de infra-estrutura para que o mesmo possa fazer exibições todos os dias.

Em relação aos motivos de frequência “assistir ao filme” se constitui num vetor relevante à continuidade do projeto. Em aspectos de preferência o filme brasileiro detém um percentual diferenciado nas tendências dos frequentadores. Assim, se pode observar não somente através das pesquisas, mas também das entrevistas que o Cine e Vídeo Tarumã assume características de cineclube na busca de aliar entretenimento e conhecimento.

Cumpra sua função de se apresentar como um espaço democrático para promover a formação cultural do espectador para levá-lo à construção de um cidadão crítico e participativo na sociedade.

Referências bibliográficas

AMARAL, Daniela Assunção; FÍGOLI, Leonardo Hipólito; NORONHA, Ronaldo de. *Desigualdades sociais e capital cultural*. In: AGUIAR, Neuma. **Desigualdades sociais, redes de sociabilidade e participação política**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.



ARAÚJO, Jackson Caçula; NUNES, Andréia Cristina de Almeida. Campanha de Educação e Divulgação para o projeto de Extensão Cine e Vídeo Tarumã. (Monografia de Graduação). Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas, 2007.

AZEVEDO, Luiza Elayne; MENDONÇA, ROSIEL. Disponível em: <http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php?id=560&cf=18>. O Perfil Socioeconômico e Cultural dos Acadêmicos de Comunicação da Ufam - 2007 a 2009. **Anais...Alaic2010** Disponível em: www.javeriana.edu.co/eventos/Facultad/alaic2010/docs/teorias_y_metodologias_de_investigacionencomunicacion.pdf. Acesso em: 30 jun. 2011.

BOURDIEU, Pierre. Os três estados do capital cultural. In: NOGUEIRA, M. A.; CATANI, A. (orgs.). **Escritos de educação**. Petrópolis: Vozes, 2002.

MOVIMENTO CINECLUBISTA DO BRASIL. Disponível em : www.cineclubes.org.br. Acesso em: 4 jun. 2011.

