



Um olhar para a cidade - Vida de Balcão ¹

Amanda Tamalvicius BAHL²

Celina do Rocio Paz ALVETTI³

Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, PR

Resumo

A mídia, como potencial fortalecedor da diversidade cultural, cria identidades e imagens a partir de produções cinematográficas. Esse estudo propõe-se a investigar como a cidade é representada no cinema, tendo Curitiba como objeto. Para isso, faz uma leitura do documentário *Vida de Balcão*, do realizador Luciano Coelho. Como procedimentos metodológicos foram adotados entrevista, análise da imagem e pesquisa bibliográfica, apoiada nos Estudos culturais, em particular Stuart Hall e questões de identidade cultural. Constatou-se que, no filme, Curitiba é a cidade tradicional, antiga, que evoca sentimentos de nostalgia, apresentada como um dos traços da identidade cultural local.

Palavras-chave

Cinema; identidade; cidade; Curitiba; Estudos culturais.

O cinema, ao fazer narrativas a partir do cotidiano da cidade, contribui para a construção de um imaginário urbano. Este trabalho tem como objetivo apresentar uma leitura do modo como o cinema faz a representação da cidade. Mais exatamente, pretende-se apontar aspectos da identidade cultural de Curitiba a partir do cinema. Para isso, foi escolhido *Vida de Balcão*, do realizador Luciano Coelho, conceituado documentarista curitibano, um dos idealizadores do Projeto *Olho Vivo*, que desenvolve pesquisas e produtos que sensibilizam para a discussão da realidade social da capital paranaense.

Neste estudo - *Um olhar para a cidade - Vida de Balcão*, a partir de entrevistas, pesquisas bibliográficas e análise do documentário, propõe-se pensar a cidade de Curitiba pelo olhar do cinema local. Com isso, busca-se uma reflexão sobre questões de identidade cultural, observando Curitiba a partir dos olhares postos no filme.

¹ Trabalho apresentado Intercom Sul – Jornalismo do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da PUCPR. Pesquisadora bolsista do programa de Iniciação Científica da PUCPR. email: amandatbahl@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da PUCPR, email: alvetti@uol.com.br



Identidade cultural e cinema

Como mídia, o cinema contribui para a formação de um imaginário urbano, sendo considerado um forte produto de criação de identidades. Tendo como base os Estudos Culturais, é possível traçar uma ligação direta entre o produto midiático e a identidade cultural, entendendo-se a importância da questão da identidade no contexto da produção e da recepção. Cada um possui uma ideia cultural diferenciada, que é construída também com o passar dos anos e sob a influência das pessoas que fazem parte da sua vivência. Desde o local de seu nascimento, a forma de criação e estudo, a identidade que cada indivíduo possui ao longo da vida, é construída e com o passar do tempo e das experiências ela vai sofrer alterações.

Em sua obra *Identidade Cultural na pós-modernidade* (2003), Stuart Hall diz que as identidades que estabilizaram a sociedade por vários anos, atualmente se encontram descentradas. O processo de mudança do mundo faz com que aconteça um deslocamento de estruturas e processos da humanidade, que passa a ver seus alicerces se alterando e até desaparecendo. Segundo o autor, uma das razões de toda a mudança é a globalização, que produz novas identidades a cada momento, alterando ou eliminando as já existentes.

Em toda parte, estão emergindo identidades culturais que não são fixas, mas que estão suspensas, em transição, entre diferentes posições; que retiram seus recursos, ao mesmo tempo, de diferentes tradições culturais; e que são o produto desses complicados cruzamentos e misturas culturais que são cada vez mais comuns num mundo globalizado. (HALL, 1998, p. 88)

Cidade e identidade cultural

A identidade cultural é explorada nos cinemas muitas vezes a partir da imagem demonstrada do local, cidade, onde se passa a trama. Isso porque, a cidade – que já possui uma identidade própria – permite que sua imagem seja alterada de diversas formas.

Para Kevin Lynch - *A imagem da cidade* (2001)-, a cidade é uma construção feita a partir de vários elementos relacionados entre si que se modificam com o passar dos anos, podem ser eles os bairros ou até mesmo as ruas. A união de todos eles constitui a



identidade do local. O cidadão é parte dela e acompanha suas alterações, mesmo que sutis. Lynch diz que a cidade não é apenas um objeto percebido, ela pode ser estável por algum tempo, mas está sempre se modificando em detalhes, de maneira sutil.

Analisando mais precisamente a cidade de Curitiba, é possível reconhecer a identidade cultural em diversos lugares característicos da capital. Largo da Ordem, Jardim Botânico, Rua XV e até mesmo as calçadas ladrilhadas em branco em preto, são características únicas do local.

Sandra Jatahy Pesavento no livro *O Imaginário da Cidade* (2002) destaca que é importante perceber os hábitos que fazem com que a cidade seja um aporte de linguagem para a sociedade, podendo expressar diferentes idéias e identidades e que dessa maneira o entendimento da linguagem se torna mais difícil, em função das mudanças constantes. As ligações culturais urbanas proporcionam perceber como as junções comunicacionais interferem nos processos da comunicação e também midiáticos.

Néstor García Canclini em *Consumidores e Cidadãos – conflitos multiculturais da globalização* (1995), explica que a identidade cultural da cidade – que é repleta de contradições e rupturas com- é construída individualmente por cada um assim como as outras imagens. Tendo como base a cultura local - essa sim que nasce a partir de uma construção coletiva de elementos como esfera de consumo, música, hábitos e indústria cultural -, o indivíduo constrói seu próprio sentido de imaginário local. Canclini aponta especificamente para o consumismo e para a maneira como o pertencimento de algo pode vir a influenciar a identidade de cada um, sobre si mesmo, sobre o local que habita e também quanto à sociedade.

Com o poder de permitir que se altere sua identidade, a cidade serve como tela para criação cinematográfica, deixando com que, os produtores façam uso da cultura existente para desenvolver novos olhares e idéias a respeito do local escolhido para realização de filmes. Dessa maneira, é possível firmar identidades esquecidas pela população e marcá-las no tempo, para que não se percam em meio da globalização.

O cinema local

Produzindo filmes desde 1907, com o pioneiro Annibal Requião, o cinema de Curitiba identifica-se principalmente na tradição documental. De produção descontínua, foi aos



poucos estabelecendo uma regularidade, especialmente a partir dos anos 1990. Entre os fatos que marcaram a década é possível destacar a criação da nova Cinemateca, com maior espaço para manter o acervo e fomentar a cultura cinematográfica. Na mesma época surgiram o Núcleo de Cinema da PUC, o Festival de Cinema e Vídeo de Curitiba e a Associação de Vídeo e Cinema de Curitiba. A Lei Municipal de Incentivo à Cultura, promulgada em 1991 e implantada em 1993, veio contribuir com a produção, impulsionando o movimento, que chegou aos anos 2000 tendo revelado novos realizadores e ampliado significativamente o número de realizações de curtas e longas-metragens.

Nesse contexto, é possível perceber que facilidades econômicas como as de captação e edição em sistemas digitais auxiliou cinematografias que não contam com fortes indústrias audiovisuais. Com custos menores e rapidez na produção, a produção de Curitiba cresceu notavelmente, já que tem sido realizados mais de vinte trabalhos cinematográficos por ano, entre eles, em película, os longa-metragem *Estômago* (2007), de Marcos Jorge e *Misteryos* (2009), de Beto Carminatti e Pedro Merege.

Apesar do ritmo de produção e finalização terem evoluído, o cinema curitibano ainda tem carência de distribuição e exibição: Curitiba é marcada pela vasta produção de documentários e curta-metragem, mas exibição acontece especialmente no cenário underground.

Ao mesmo tempo, também em consequência de mecanismos de incentivo que destinam verbas a projetos culturais, tem sido desenvolvidos em Curitiba projetos culturais que visam a inserção dos cidadãos nas práticas cinematográficas. Uma das iniciativas bem sucedidas é o Projeto *Olho Vivo*, iniciado em 2003 por Luciano Coelho e Marcelo Munhoz.

O Projeto Olho Vivo

O *Olho Vivo* tem como objetivo dar acesso ao cinema por meio atividades que vão de pesquisas a oficinas de roteiro, filmagem e edição. Além disso, há o desejo de inserir moradores de comunidades carentes na produção cultural, ensinando-os a lançar um olhar crítico e sensível sobre a realidade curitibana.

A conquista do espaço – uma casa localizada no bairro Rebouças – aconteceu a partir de um edital da Prefeitura de Curitiba, que desejava fazer uma revitalização cultural na



região. No início das atividades foram realizadas oficinas de história da arte e produção de vídeos de enredo e documentário. Com o fim de cada ciclo, acontecia a *Mostra dos Vídeos do Projeto Olho Vivo*, na Cinemateca de Curitiba, para que o material produzido pudesse ser mostrado para a comunidade. Mais tarde, foi criado o *Núcleo de Pesquisa e Produção Audiovisual do Projeto Olho Vivo*, formado por profissionais engajados na proposta, que resultou em projetos sociais como *Minha Vila Filmo Eu*, na favela Vila Torres, homenageado com o prêmio *Escola Viva*, do Ministério da Cultura.

Aos sete anos de atividade em 2010, o Olho Vivo já realizou mais de 30 produções, entre documentários e filmes de enredo, muitos deles responsáveis pelo total de 16 prêmios e participações em festivais, no Brasil e no exterior. Entre os temas abordados estão: catadores de papel, prostitutas de meia-idade, portadores de HIV, terreiros de Umbanda, movimento LGBT e jazz, sempre buscando promover um resgate de identidades. Isso porque, de acordo com o diretor (COELHO, 2010), “as identidades tratadas nos filmes são esquecidas pelos moradores da cidade e é importante retratá-las para trazer à tona a realidade da cidade que se habita”.

Um olhar para Vida de Balcão

O curta-metragem *Vida de Balcão* é um documentário de 17 minutos, realizado no ano de 2007 na cidade de Curitiba e tem direção, fotografia e câmera de Luciano Coelho, produção de Marcelo Munhoz e Helen Bastos. O tema os armazéns antigos, que ainda funcionam na capital paranaense e que lutam para sobreviver em meio a tantos avanços no meio de consumo.

Para este estudo, metodologicamente, parte-se das etapas sugeridas por Iluska Coutinho (In DUARTE; BARROS, 2005) - leitura, interpretação e conclusão. A seguir, para analisar o material a partir das identidades culturais que ele representa, considera-se a imagem como narrativa. A partir dessa escolha, faz-se uma descrição do filme, pontuada por dados de entrevista com o realizador. Ao mesmo tempo, analisa-se o modo como o diretor desenvolveu a narrativa e por fim faz-se uma interpretação do modo como a identidade de Curitiba é mostrada no filme.

O documentário é constituído da junção de vários fragmentos de filmagens em diversos armazéns de Curitiba. Os depoimentos dos proprietários dos locais servem como narração para as imagens que vão sendo mostradas, quando não há o que dizer, o



silêncio é quebrado por músicas que foram desenvolvidas pelo próprio diretor para o curta.

Os sons instrumentais podem ser considerados nostálgicos, já que são lentos e mesclados a imagens de antigos locais, escuros e muitas vezes vazios. Só se vê uma pessoa atrás do balcão e ninguém mais. Além disso, como já citado, a luz um tanto quanto escura dentro dos armazéns coopera para sensibilizar ainda mais o espectador.

O filme retrata a antiga forma de venda que tenta resistir às inovações na área – supermercados e outras formas de comércio - e como os seus donos percebiam a cidade e o que mudou em sua visão.

Com imagens de cinco armazéns da cidade (selecionados a partir de pesquisa do grupo, que mapeou cerca de 60 mercearias em Curitiba) o filme mostra como é o funcionamento dentro do local, os freqüentadores e relatos de quem passa a vida atrás do balcão.

Fazendo uso da identidade moderna da cidade, o contraste entre um supermercado atual e os armazéns é feito logo no início do curta, que mostra um senhor lembrando o local que pertencia à sua família e que seria demolido para a construção de um novo mercado na região. Dessa maneira percebe-se o resgate de identidade histórica da capital, uma imagem que é desconhecida até mesmo por moradores do local. Ao mesmo tempo, uma Curitiba com resquícios de práticas provincianas pode também ser percebida no filme.

Atualmente é uma pequena parcela da população que continua comprando em armazéns de bairro, segundo os proprietários dos locais mostrados no curta. São poucos os clientes fiéis que fazem grandes compras nos locais. Em uma das mercearias exibidas, o dono do local exhibe prateleiras vazias com muitos poucos produtos – todos industrializados – a venda. Não é necessário fazer grandes pedidos aos distribuidores se a saída da mercadoria é baixa e lenta. Isso porque os mercados dominam as vendas nas grandes cidades, como em Curitiba.

Para muitos, a identidade curitibana é de modernidade, de consumismo e de evolução. Mas ainda existem resquícios de meios de vida mais interioranos e antigos, como os velhos armazéns da cidade.

Coelho consegue construir uma imagem e demonstrar uma identidade de uma Curitiba melancólica e nostálgica, onde idosos tentam manter resquícios de locais que nasceram antes mesmo dos asfaltos das ruas e que hoje são sugados por imensos prédios e hipermercados.



No olhar do diretor, com o passar do tempo o ser humano se tornou cada vez mais individualista, em função do desenvolvimento urbano e tecnológico, que facilita as ações do dia-a-dia e ao mesmo tempo afasta uns dos outros. É possível realizar comprar via internet e receber em casa, contraste com antigamente onde só havia o armazém no bairro e caso fosse muito necessário, podia-se bater durante a madrugada na porta que seria atendido. Tudo que era necessário comprar estava lá. Hoje, são prateleiras que contam com produtos industrializados e alguns petiscos e bebidas populares – muito consumidos por pessoas da terceira idade.

Os anos passaram, o desenvolvimento aumentou e o movimento nas mercearias despencou e muitos tiveram que fechar as portas. Nos armazéns retratados no curta, percebe-se que alguns frequentadores tentam manter as tradições do local, bebendo, comendo cebola em conserva - entre outras iguarias - cantando e conversando com amigos de longa data, relembrando os velhos tempos.

A Curitiba mostrada no filme é nova para muitos moradores da capital. Jovens que nunca sequer entraram em um armazém, adultos que, quando crianças, frequentavam os armazéns com os pais, mas depois de crescidos se adaptaram aos supermercados e esqueceram a existência dos clássicos estabelecimentos. Para quem é de fora, a percepção de uma outra capital paranaense. Sem modernidades arquitetônicas que são cartões postais, sem tubos de ônibus diferenciados e até mesmo sem o toque europeu que muitos dizem que a cidade possui. É um local que remete ao interior, as pequenas cidades com costumes simples e antigos.

No filme, fica evidente que o diretor considera importante imortalizar indivíduos e identidades esquecidas da grande cidade – pessoas que nunca tiveram o devido reconhecimento. De certa maneira, mostrá-las no filme é uma maneira de resgatá-las, de mantê-las na história de uma cidade que elas ajudaram a construir.

Para todos os proprietários e frequentadores dos armazéns é dolorido serem esquecidos pela cidade e verem os costumes e a antiga identidade se perder com o passar dos anos e a evolução. Isto é bem ressaltado no início e no fim do curta, onde um dos antigos donos de armazém acompanha o fim da casa onde trabalhava, dando lugar para supermercado. No fim de “Vida de Balcão”, o prefeito da cidade, Beto Richa, fala sobre a alegria de ver a amada cidade crescer e se desenvolver, para o orgulho dos curitibanos. O mesmo idoso que no início do filme lamentou a destruição da casa assiste – sem reação alguma – ao discurso do prefeito de Curitiba.



Considerações finais

Os estudos culturais refletem realizam interrelação de vários acontecimentos que possam vir a influenciar a identidade. São vários componentes interligados entre si, desde conhecimento até consumo, que alteram a cultura de massas. Todas as pessoas são passíveis e manipuláveis de diversas formas, podendo absorver diferentes ideias de identidades locais.

A identidade que para muitas é nova, para outros é conhecida e já se encontra até mesmo em mudança, se perdendo no tempo. Com o passar dos anos, o desenvolvimento e modernização, as identidades culturais tendem a passar cada vez mais por mudanças e esquecimento, dependendo então, de trabalhos como o de Luciano, para resgatar e evitar que a perda de tais características.

É o cinema que permite – muitas vezes – o resgate de identidades perdidas e tem o poder de alterá-las, resgatá-las e até mesmo construir novas ideias de imagem para o local exibido no filme.

Na maioria das vezes são as cidades que são selecionadas para servirem palco para o desenrolar da produção, pois elas permitem que sua identidade seja alterada da maneira que for escolhida pelo diretor. Mesmo já possuindo uma identidade própria e conhecida por grande parte dos seus habitantes, a cidade sofre constantemente mudanças em função da globalização, que gera interferências na ideia cultural de cada um.

Com a globalização, a tendência de perda de identidades só tende a crescer, colocando em risco várias culturas conhecidas atualmente, que podem se perder no tempo em meio a tantas modernidades que vêm surgindo. Dessa maneira, o cinema é apto para fazer um resgate cultural, marcando na história fatos que provavelmente seriam esquecidos com o passar do tempo.

O cinema paranaense sempre contou com nomes que em seus trabalhos usavam Curitiba como tela para seu trabalho, e com o passar dos anos e a melhora no avanço cinematográfico – em função dos avanços tecnológicos e barateamento da produção – isso se tornou ainda mais evidente. Trabalhos de Beto Carminatti e Murilo Hanser, por exemplo, mostram muitas vezes a Curitiba em sua identidade pura, conhecida facilmente pelos moradores da capital.

Além deles, Luciano Coelho, um dos fundadores do *Projeto Olho Vivo*, tem essa preocupação em suas produções. Após criar o Olho Vivo, que atende a população carente e os ensina como fazer cinema a partir de um olhar crítico e sensível, Coelho



iniciou uma série de produções com os alunos, todas elas usando as diversas identidades curitibanas como ponto central.

Para o trabalho foi selecionado o documentário *Vida de Balcão*, que mostra como sobrevivem os antigos armazéns na moderna Curitiba. Percebeu-se que é possível resgatar identidades esquecidas por muitos e a partir de um olhar sensível, sensibilizar também o receptor, fazendo uso de sons, luz e outros artefatos cinematográficos.

A identidade que para muitas é nova, para outros é conhecida e já se encontra até mesmo em mudança, se perdendo no tempo. Com o passar dos anos, o desenvolvimento e modernização, as identidades culturais tendem a passar cada vez mais por mudanças e esquecimento, dependendo então, de trabalhos como o de Luciano, para resgatar e evitar que a perda de tais características.

Referências bibliográficas

COELHO, L. Curitiba em 24 de abril de 2010. Entrevista concedida a Amanda Bahl.

COELHO, Luciano; MUNHOZ, Marcelo. *Vida de Balcão*. Produção de Marcelo Munhoz, direção de Luciano Coelho. Curitiba, Projeto Olho Vivo, 2007. Mini-DV, 17 minutos.

COUTINHO, I. Leitura e análise da imagem. In DUARTE, J; BARROS, A (org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 330-344.

CANCLINI, N.G. **Consumidores e cidadãos** – conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Ed. Dp&A, 1998.

HALL, S. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

LYNCH, K. **A imagem da cidade**. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2001.

PESAVENTO, S. J. **O imaginário da cidade**: visões literárias do urbano. Ed. Universidade/UFRGS, 2002.