

Uma análise acerca do perfil dos frequentadores e da qualidade dos cinemas São Luís, Derby e Porto Digital¹

Lara Nascimento de SÁ²

Laura Martiniano COSTA³

Rafael Gueiros BASTO⁴

Dario Brito Rocha JUNIOR⁵

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

A presente pesquisa buscou compreender e conhecer o público frequentador dos cinemas de rua do Recife, avaliando o perfil de cada espectador, e de que forma esses personagens observam a estrutura física e a qualidade de programação dos cinemas escolhidos no estudo, por meio de um questionário. A partir de entrevistas qualitativas com curadores das salas, foram examinados detalhes sobre a elaboração da programação e as particularidades do público. Com a utilização da Teoria dos Estudos Culturais e da Teoria Funcionalista, concluiu-se que os cinemas se preocupam com caráter educador e cultural das produções apresentadas e conquistam pessoas diversas por seus diferenciais.

PALAVRAS-CHAVE: Público; Jornalismo cultural; Cinema São Luiz; Cinema da Fundação; Cinema do Porto Digital.

INTRODUÇÃO

Os cinemas de rua já foram considerados um dos principais meios de entretenimento e economia de cidades brasileiras. Em 1968, o Recife contava com 28 cinemas de rua, quase 35% dos cinemas do país, porém, com a chegada de novas tecnologias e a abertura de *shopping centers*, esses locais foram perdendo sua popularidade. Atualmente, existem apenas quatro deles: o Cinema São Luiz, o Cinema da Fundação, o Cinema do Porto e o Cinema da Fundação Museu. Essas salas apresentam uma programação que em geral não se pauta pelos *blockbusters* da indústria cinematográfica,

¹ Trabalho apresentado na IJ 1 – Jornalismo do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 20 a 22 de junho de 2023.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UNICAP, email:

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UNICAP, email: laura.2020110055@unicap.br

⁴ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UNICAP, email: rafael.2020112096@unicap.br

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNICAP, email: dario.brito@unicap.br

abrindo espaço para uma produção independente oriunda do estado e de outros países. Ainda, esses espaços cumprem uma função educativa para a diversidade cultural. Dentro desta questão, surge a necessidade da pesquisa quanto à relação do espectador, que frequenta os cinemas de rua, com a estrutura e a qualidade desses locais. Neste caso, os cinemas: São Luiz, Fundação e Porto Digital. Como a produção audiovisual é distribuída dentro desse ambiente, e como a identidade cultural brasileira é fortalecida dentro das salas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O cinema é um meio de comunicação de massa popular da cultura moderna. A sua ascensão, no final do século XIX, foi ainda além de uma forma de expressão artística, se constituindo como uma nova maneira de experienciar e descobrir as cidades grandes, que estavam em constante crescimento urbano e cultural. A modernidade trouxe consigo a capitalização da arte, que deixava aos poucos de ser uma mera expressão do autor, tornando-se um produto comercializável, massivo e apelativo. O cinema se converteu numa indústria cultural altamente rentável, que em geral privilegia narrativas mais propícias ao consumo por interesses comerciais. A migração das salas de projeção para os *shopping centers* é um retrato disso. A pesquisa utilizou a Teoria de Estudos Culturais. O cinema de rua é um símbolo cultural das ruas do Recife. Este campo da pesquisa explora as formas de significação ou criação de significados culturais e sua disseminação na sociedade atual, analisando assim, o impacto cultural das salas de cinema de rua em relação não apenas a seu passado. O trabalho também fez uso da Teoria Funcionalista, que acompanha e estuda o papel da mídia na sociedade, além de suas ações sociais, valores, ações coletivas e modelos. Perante essa teoria, a sociedade é um organismo e nos faz considerar a arte e o cinema de rua como parte desse organismo em funcionamento.

METODOLOGIA

A presente pesquisa apresenta uma análise acerca do perfil dos frequentadores dos cinemas de rua do Recife e suas respectivas avaliações pessoais sobre a estrutura dos estabelecimentos e a qualidade das programações cinematográficas propostas, com o

objetivo de obter conclusões acerca desses locais. Os dados que auxiliam na obtenção dos resultados foram obtidos através de um questionário quantitativo direcionado ao público dos cinemas de rua e entrevistas qualitativas com funcionários desses locais para constatar como a programação das salas é elaborada, qual o seu objetivo e de que forma ela conversa com os frequentadores. O método que foi utilizado para a análise dos dados coletados do questionário foi a análise de conteúdo, um estudo quantitativo de investigação. Segundo Laurence Bardin, em “Análise de Conteúdo”: “É uma técnica de investigação que através de uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações, tem por finalidade a interpretação dessas mesmas comunicações.” (BARDIN, 2011, p. 36)

ANÁLISE

Para compor a parte qualitativa da análise dos três cinemas, foi feita uma pesquisa que buscou traçar o perfil dos frequentadores de cada estabelecimento. A equipe desenvolveu, por meio da plataforma *Google Forms*, um formulário na internet com 9 perguntas objetivas, de múltipla escolha. O formato escolhido foi o on-line, devido a maior facilidade de distribuição, pois o alcance e uso da tecnologia é maior. O link ficou ativo por 13 dias e foi compartilhado nas redes sociais consideradas de maior movimento, como *Instagram* e *Whatsapp*. Houve retorno de 118 pessoas. A primeira pergunta para a introdução do tema era básica, mas faria a divisão dos grupos: de quem costuma frequentar e quem não vai aos cinemas de rua. 55,1% das pessoas responderam que sim, enquanto 44,9% dos entrevistados optaram por não. Constatou-se uma predominância de pessoas acima de 40 anos, com 35,5% das respostas. Em segundo lugar, pessoas entre 18 e 22 anos, com 32,2% e por último, entre 23 e 25 anos, com 25,5% das respostas. A pesquisa buscava identificar se haveria um grupo específico dentro desses frequentadores que se destacasse mais. Pudemos observar que há uma presença maior de mulheres nesses cinemas, com 61,9% das respostas. Em segundo lugar, os homens, com 31,4% de participação. O Cinema São Luiz se destacou com o maior número de frequentadores, 72,9% das respostas. Logo em seguida, o Cinema da Fundação, com 57,6% dos entrevistados. O cinema Porto Digital teve apenas 23,5% das respostas, o que equivale a 20 pessoas. Cerca de 36,8% dos entrevistados responderam que raramente vão a esses cinemas, enquanto 31,6% colocaram que não costumam

frequentar. Outros 23,6% dos participantes frequentam os cinemas pelo menos uma vez por mês, e 6% vão de duas a três vezes por mês. O público do São Luiz é notavelmente composto de pessoas que frequentam o centro da cidade, além daqueles frequentadores fiéis. Com uma programação atraente, o cinema seleciona filmes que não sejam muito sofisticados, mas que também não subestimem o espectador. São transmitidos com frequência produções brasileiras, autorais e audaciosas, aquelas que não teriam muito espaço em um *multiplex*, enquanto as estrangeiras reproduzidas têm um caráter de educação social. Os filmes com maior bilheteria no cinema são os brasileiros com temáticas sociais ou humorísticas, enquanto os mais experimentais e com uma estética mais intelectual tendem a cair em audiência. Quanto ao horário, o São Luiz funciona das 13h às 21h durante a semana, podendo se estender até às 21h30, aos domingos o cinema abre suas portas às 14h. É notável que, durante dias úteis, o cinema recebe o maior número de pessoas por volta das 19h, sendo um destino procurado depois de um dia de trabalho, enquanto, nos sábados o cinema é mais procurado por volta das 18h. Nos domingos, o maior número de público é alcançado no período noturno da tarde. Normalmente, no máximo, 4 filmes são reproduzidos no São Luiz, esses, por volta das 14h, 16h, 18h e 20h. As salas da Fundação focam na transmissão de filmes que têm relevância social, tocam em assuntos que envolvem essas questões e que, de certa forma, exigem do espectador uma educação prévia. O objetivo é, além de mostrar o dinamismo, a atualidade e o lado artístico do cinema, acrescentar algo na vida do público frequentador. Outro fator importante para a escolha das produções exibidas é a passagem por festivais, tanto internacionais quanto nacionais. São evitados filmes meramente comerciais, entretanto, alguns desses longas hollywoodianos também são exibidos nas salas da Fundação, quando estes possuem mensagens importantes. O curador também observa as renovações que estão havendo dentro dos gêneros cinematográficos mais populares e busca trazê-las para o público. Um exemplo disso são os filmes de terror, que ganharam um espaço mais relevante na programação por causa das suas inovações nos últimos anos. O cinema do Porto Digital, por ser muito novo e estar em uma localização diferenciada, que atrai um público mais jovem, possui em sua grade algumas produções mais populares. Normalmente, as salas da Fundação exibem três sessões por dia. Nos meses de janeiro, fevereiro, julho e dezembro, quando o público dos cinemas é maior, são realizadas quatro sessões que são distribuídas entre

os horários da tarde e da noite. As últimas, acontecem por volta das 20h. Nas segundas-feiras, dia de folga da equipe, os cinemas não funcionam. O maior número de espectadores aparece nos finais de semana e nas terças-feiras, dia em que o ingresso custa menos. As quartas-feiras também se destacam na programação, uma vez que professores têm entrada gratuita. Os locais analisados procuram mostrar que o cinema não precisa ser um simples produto de consumo. Muito além disso, ele é também uma ferramenta de instrução, educação e reflexões profundas. Para algumas pessoas, a sétima arte estabelece seu primeiro contato com uma determinada questão social, por exemplo. Ainda, parcelas de populações marginalizadas ou invisibilizadas podem ganhar espaço nas produções, transmitindo mensagens e criando uma identificação com um público que não se enxerga no cinema convencional. A arte tem o poder de contar histórias e transmitir mensagens que são reflexos do seu tempo. Essas histórias, se bem executadas, trazem o público para dentro do contexto e têm um caráter educativo e transformador. O cinema pode ser o ponto de partida de análises e reflexões, e as salas analisadas entendem e contemplam essas possibilidades.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodore W e HORKHEIMER, Max. **Indústria Cultural**. São Paulo: Unesp, 2020 (1.ed.)

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011 (1. ed.)

DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. Recife: Editora Atlas, 2006 (2.ed.)

GOMES, Deyvson Ivam do Nascimento e PEREIRA, Renan Farias. **O cinema de rua como um elemento de afirmação dos direitos culturais e humanos**. Revista Estudantil Manu Iuris . Mossoró, v.1, n.2 , p. 01-16, Jan , 2020.

SARAIVA, Kate. **Cinemas do Recife**. São Paulo : FUNDARPE- Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco, Secretaria de Cultura, Pernambuco, Governo do Estado, 2013.

TURNER, Graeme. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus Editorial, 1997 (1. ed.)

TRINDADE, Isabella Leite; C MARA, Andrea Dornelas; ANDRADE, Paulo Raposo e STORCH, Andrea Lins. **A Modernidade das Salas de Cinema do Recife**. Recife, 2005



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Campina Grande/PB – 20 a 22/06/2023

CAVALCANTI, Maiara e CAVALCANTI, Carolina. **Série de reportagens para TV: Resgate Histórico dos Cinemas de Rua do Recife**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Recife, v. 44, Out, 2021