



O JOVEM VAI AO CINEMA: EXPERIÊNCIA ESTÉTICA E PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADES

Kelley Soares Santos¹

RESUMO: Este estudo se insere na temática dos modos de existência do jovem contemporâneo, com o objetivo de discutir e analisar a sua experiência estética com o cinema, em uma sociedade pautada por relações de consumo e onde as trocas se fazem em velocidade cada vez mais vertiginosa. À luz de diferentes autores, postula-se que a prática de ir ao cinema compõe a tessitura da vida do jovem espectador, estando imbricada e indissociável do engendramento de subjetividades. O trajeto investigativo deu-se em diversos planos, intimamente interligados, reunindo estudos bibliográficos e de campo, que integrou a realização de entrevistas com jovens frequentadores de sessões cinematográficas em Belo Horizonte e a observação em espaços onde se instalam as salas de espetáculo. Aborda-se o cinema inserido nos espaços dos shoppings, práticas de consumo associadas ao lazer, à estética do movimento incessante e das sensações fugazes tão presentes na indústria de filmes.

PALAVRAS-CHAVE: Jovem; Cinema; Subjetividade.

1 INTRODUÇÃO

Inumeráveis fios entrelaçados, de cores escuras e de cores claras, fio a fio, passado por cima, por baixo, ao redor, milhares de pontos atravessados – uma tapeçaria. Esta imagem pode ser proveitosa à compreensão de que, tal como Pascal colocou, “todas as coisas são ‘causadas e causantes, ajudadas e ajudantes, mediadas e imediatas, e que todas as coisas (se interligam) por um laço natural e insensível que liga as mais afastadas e as mais diferentes’” (MORIN, 2011, p. 7). Na conjunção do uno e do múltiplo, envolvendo um emaranhado de interações, a vida se reafirma na complexidade. Vale resgatar o sentido etimológico do termo – *complexus*: o que é tecido junto.

A complexidade, no sentido que aqui se propõe, “é efetivamente o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações, acasos, que constituem nosso mundo fenomênico” (MORIN, 2011, 13). Assim entendida, Edgar Morin (2011) nos convida a buscar a complexidade lá onde ela parece se ausentar: no cotidiano. É a partir dessa concepção que nos voltamos para a prática de ir ao cinema, tomando-a como elemento de análise sobre se e como a experiência com o cinema pode contribuir para a produção e/ou a reprodução de modos de ser e viver (GUATTARI, ROLNIK, 2005).

¹ Aluna do curso de Psicologia da Unidade São Gabriel, Faculdade de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Financiamento: PROBIC - 2014/8898. Orientadora: profa. Dra. Adriana Maria Brandão Penzim.

Fruto de pesquisa bibliográfica e de campo, através do Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica (PROBIC), este texto apresenta o caminho percorrido, qual seja, a procura do pesquisador, com vistas a uma maior compreensão dos fenômenos em estudo. Concernente à pesquisa teórica, reuniremos autores que têm se debruçado sobre o cinema bem como sobre a produção de bens da cultura, além de pensadores que voltam suas reflexões para aquilo que tange à contemporaneidade. É preciso desde já ressaltar que este estudo recebeu inspiração de autores que apresentam perspectivas distintas e, por vezes, contraditórias. No entrecruzamento de saberes e olhares, foi ensejada a edificação de diálogos criativos e críticos, proveitosos às reflexões das Ciências Humanas e Sociais.

2 METODOLOGIA

O tema e o objeto de estudo escolhido para a iniciação científica conduziram a uma pesquisa de cunho qualitativo, que como toda pesquisa científica requer rigor, mas que tipicamente não é rígida, qualidade importante para dispor dos dispositivos metodológicos enquanto se caminha. O primeiro momento da execução da pesquisa integrou aprofundamento bibliográfico em revisita a autores consultados durante a elaboração do projeto e a outros pensadores que surgiram pelo caminho a iluminá-lo. O que concerne à pesquisa de campo se deu num segundo momento, quando visitei alguns cinemas da cidade de Belo Horizonte localizados nos shoppings e nos lugares tidos como “alternativos”, em diferentes horários, com o intuito de espreitar o comportamento de jovens, observar diante de quais cartazes a atenção era dedicada, quais comentários eram feitos na fila de compra de ingressos.

Ainda na pesquisa de campo, foram realizadas 12 entrevistas com jovens frequentadores de cinema, entre 18 e 25 anos, oriundos da região metropolitana de Belo Horizonte, entre eles, universitários, e também jovens que não estão inseridos no contexto acadêmico. Foram consideradas as variáveis: idade, sexo, escolaridade, profissão ou ocupação. Dos jovens convidados a participar da pesquisa, 7 foram abordados nas filas de compra de ingresso para o cinema, 3 nas praças de alimentação de shoppings e 2 na cafeteria do Cine Belas Artes. Assim, o trabalho abarcou simultaneamente a inserção nos espaços urbanos (nos quais estão localizados os cinemas), a escuta dos sujeitos entrevistados e de falas ouvidas ao acaso que se misturam à prática de ir ao cinema.

A pesquisa com fonte oral apresentou-se como um caminho de produção científica em inconformidade com as teorizações que se fazem sobre a juventude e suas práticas sem dela se aproximar. O que os próprios jovens têm a dizer acerca da prática de ir ao cinema e da experi-

ência com filmes? O que buscam? Como se percebem afetados? Além disso, resistente às forças que atuam predominantemente no líquido mundo moderno, da transitoriedade, como afirma Bauman (2007), a exploração das narrativas permitiu aos participantes refletirem sobre si mesmos como seres históricos e culturais (quiçá favorecendo um processo de autoanálise dos jovens que participaram das entrevistas). A escolha metodológica tem, portanto, uma importância ética, que pondera sobre o que a nossa prática acadêmica pode produzir.

O percurso da pesquisa, conforme foi até aqui compreendido, traz sempre consigo uma ação na sociedade, visto que um completo distanciamento no ato da pesquisa é uma impossibilidade. Sob tal compreensão, a coleta e análise dos dados valorizaram a implicação da pesquisadora, participante ativa desse universo que se pesquisa, como jovem, cidadã e também espectadora. Ao buscar elucidar uma prática e sua implicação na produção de modos de ser e de viver, caminhamos na formação acadêmica tendo como horizonte aquilo que propôs Foucault ao assinalar que

[...] o trabalho de um intelectual não é moldar a vontade política dos outros; é, através das análises que faz nos campos que são os seus, o de interrogar novamente as evidências e os postulados, sacudir os hábitos, as maneiras de fazer e de pensar, dissipar as familiaridades aceitas, retomar a avaliação das regras e das instituições e, a partir dessa nova problematização (na qual ele desempenha seu trabalho específico de intelectual), participar da formação de uma vontade política (na qual ele tem seu papel de cidadão a desempenhar). (FOUCAULT, 2006, p. 249).

Foi preparado o roteiro para entrevistas semiestruturadas com certas perguntas as quais não foram renunciadas em cada um dos encontros. A opção por entrevistas semiestruturadas se relacionou à maior flexibilidade de prosseguir com um roteiro modificado, conforme surgissem outras questões pertinentes e relevantes. Após os jovens terem sido cuidadosamente esclarecidos sobre a pesquisa em realização e a finalidade do trabalho, e havendo consentimento, as entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas. Cumpre admitir que “toda transcrição, mesmo bem-feita, é uma interpretação, uma recriação, pois nenhum sistema de escrita é capaz de reproduzir o discurso com absoluta fidelidade” (PORTELLI, 2002, p. 239).

Para análise das narrativas obtidas, foi construído um quadro de analisadores que possibilitaram o descortinamento do emaranhado discursivo, considerando ainda aquilo que se denomina como *hors-textuel* (LOURAU, 1995), ou seja, o fora do texto que tanto enriquece a análise e a ancora no real.

Dentre dificultadores que se poderia levantar acerca da fonte oral está o fato de ter, por natureza, um caráter individual (PORTELLI, 2002). Ainda poderia se dizer que a presente pesquisa se apresenta limitada em número e representatividade. Para a lida com essas ques-

tões, faz-se necessário compreender que ter uma natureza de caráter individual não é o mesmo que ter um caráter individualizante; e, ainda, que considerar o âmbito psíquico da experiência humana deve significar percebê-lo subsistindo com outros âmbitos que se entrecruzam de forma intrincada. Ao lançar mão de compreensões que contemplam o sujeito na encruzilhada de múltiplos componentes de subjetividade em vigência em cada tempo histórico, a oralidade tende a enriquecer o método de coleta dos dados (GUATTARI; ROLNIK, 2005).

3 REVISÃO TEÓRICA

3.1 Da produção de subjetividades

A subjetividade tem constituído um campo reivindicado não apenas por psicólogos, mas por diversos outros “engenheiros da alma humana”, que afirmam sua autoridade e legitimidade social para prever vicissitudes subjetivas, como observa Nikolas Rose (1988). Por isso, para discutir o cinema como modo de experimentação e sua implicação nos processos de subjetivação, faz-se necessária uma apreciação cuidadosa do conceito de subjetividade, tendo em vista também minimizar a polissemia que dele se acerca e sublinhar como ele é aqui entendido.

Seria conveniente definir de outro modo a noção de subjetividade, renunciando totalmente à ideia de que a sociedade, os fenômenos de expressão social são a resultante de um simples aglomerado, de uma simples somatória de subjetividades individuais. Penso, ao contrário, que é a subjetividade individual que resulta do entrecruzamento de determinações coletivas de várias espécies, não só sociais, mas econômicas, tecnológicas, de mídia e tantas outras. (GUATTARI; ROLNIK, 2005, p. 43).

Radicalmente contrário à ideia consagrada da subjetividade como uma posse, um dado primordial, estável e durável, Félix Guattari pensa a subjetividade como um processo de produção em que o sujeito mantém-se em aberto. Ele dirá: “a subjetividade, de fato, é plural e polifônica. E ela não conhece nenhuma instância dominante de determinação que guie as outras instâncias segundo uma causalidade unívoca” (GUATTARI, 1992, p. 11). Disso resulta compreender o sujeito humano a partir de uma processualidade, vulnerável à ação de novas forças e acontecimentos, em múltiplas relações (GUATTARI; ROLNIK, 2005).

Nessa perspectiva, num movimento ininterrupto, a subjetividade se situa no campo de “todos os processos de produção social e material” (GUATTARI; ROLNIK, 2005, p. 41) e “acontece a partir dos encontros que vivemos com o outro” (MANSANO, 2009, p. 111). Nes-

se caso, o outro – materialidades e imaterialidades - é “aquilo que produz efeitos nos corpos e nas maneiras de viver” (MANSANO, 2009, p. 111). Assim, o sujeito “ao mesmo tempo em que acolhe os componentes de subjetivação em circulação [no campo social], também os emite, fazendo dessas trocas uma construção coletiva viva” (MANSANO, 2009, p. 111).

Faz-se, entretanto, importante assinalar que os componentes de subjetivação em curso no campo social (difundidos através de uma série de instituições, práticas e procedimentos) são, na atualidade, prevalentemente capitalísticos, e se efetivam na forma de indivíduo – subjetividade que se faz hegemônica –, conformado e recaracterizado em modelos consumistas (GUATTARI; ROLNIK, 2005). Neste momento histórico, a tendência em vigor consiste em reduzir os indivíduos aos valores capitalistas, impedindo-os de se darem conta dos processos de singularização, já que o singular se situa justamente no resistir. O esvaziamento de todo o conhecimento da singularidade pelo capitalismo “permite que ela [a subjetividade capitalística] se propague em nível da produção e do consumo das relações sociais, em todos os meios (intelectual, agrário, fabril, etc.) e em todos os pontos do planeta” (GUATTARI; ROLNIK, 2005, p. 48).

O modo de produção capitalista tende a fazer com que todos os setores de produção mantenham-se sob seu controle², o que inclui as produções cinematográficas e até mesmo a prática de ir ao cinema como produtos da ordem capitalística. A mídia – poderoso elemento constitutivo de modos de existência – é projetada na realidade do mundo e na realidade psíquica, incidindo nas experiências estéticas, nas montagens da percepção, da memorização e na recaracterização das instâncias intrassubjetivas (GUATTARI; ROLINK, 2005).

3.2 Cinema: um objeto da cultura

Nos idos da década de 1940, Theodor Adorno já se interessava pelos efeitos da expansão dos objetos da cultura produzidos em série para grandes massas. Ao cunhar a expressão “indústria cultural” (*kulturindustrie*) para se referir ao advento de uma cultura comercializada

² Evidentemente, o controle não é uma característica exclusiva do modo de produção capitalista. Faces de controle podem ser observadas, por exemplo, no cinema soviético, que foi usado como meio de propaganda controlado pelo Estado. O socialista prático Vladimir Lênin, citado por Aumont (2011, p. 229), dissera: “De todas as artes, o cinema é o mais importante para nós”. Dziga Vertov, 1925, demonstra que as escolhas dos fatos fixados sobre a película impunha um sentido às sequências de imagens, incutindo na cabeça dos trabalhadores que partido tomar. Outro importante cineasta soviético dos anos 20, S. M. Eisenstein, chegara a dizer que, primordialmente, o produto artístico é “um trator que lavra o psiquismo do espectador de acordo com uma determinada orientação de classe” (AUMONT, 2011, p. 230). O próprio Guattari reconheceu: “Também os sistemas de modelização presentes nas concepções de organização das lutas sociais estão relacionados aos sistemas de modelização do psiquismo” (GUATTARI; ROLNIK, 2005, p. 45).

sobre os bens de consumo, ele alerta que “as categorias de arte autônoma, procurada e cultivada em virtude de seu próprio valor intrínseco, já não têm valor para a apreciação” (ADORNO, 1999, p. 66). Em sua clássica discussão, ele propõe que a sujeição das obras ao capitalismo transforma o prazer estético em puro e simples divertimento, tendo como único objeto e motivo o participar, contribuindo para a passividade das massas (ADORNO, 1999). Embora criticado, chega até mesmo a dizer de uma possível “des-estetização” da arte – quando “a arte deixa de ser arte” (ADORNO, 1970; ADORNO, HORKHEIMER, 1996; JIMENEZ, 1977).

Jimenez (1999), na esteira de Walter Benjamin, compreende esse fenômeno como forma de degradação da arte, que traz, por consequência, um empobrecimento das experiências estéticas. “O que interessa à época moderna, pragmática, materialista, colocada sob o signo do dinheiro, é reproduzir, trocar, expor, vender” (JIMENEZ, 1999, p. 329). Por se tornarem negociáveis, às obras de arte atribui-se mero valor de troca, como qualquer outro bem de consumo. “Sob o reinado do dinheiro-rei, do valor de troca, [...] a rapidez e o choque contam bem mais que do que o conteúdo” (JIMENEZ, 1999, 333).

E como nada escapa ao desejo de consumir tudo e de contribuir para esta gigantesca transmutação de todas as coisas em moeda de troca, ele [Walter Benjamin] se pergunta se o sonho do homem, hoje, não é simplesmente o de partilhar a existência de Mickey, de viver num Disneyworld em que o conforto exterior serve de decoração lisonjeira para nossa indigência interior. (JIMENEZ, 1999, p. 333-334).

Ainda nos anos sessenta do século passado, Guy Debord preocupava-se com os desdobramentos da extensão industrial como meio de subjetivação que se dirige aos indivíduos como mercado consumidor. Em seu trabalho mais conhecido, “A sociedade do espetáculo”, um Debord visionário discorre sobre a sociedade na qual toda experiência é mediada pelo espetáculo, tomando as pessoas à sua mercê, convocando respostas consumidoras e devolvendo-lhes uma subjetividade serializada. O espetáculo, conforme assinala, “não deseja chegar a nada que não seja ele mesmo” (DEBORD, 1997, p. 17). Subjugado por essa moral, “a diversão monopoliza a participação social e habitua o indivíduo a se eximir de pensar eticamente sobre o que acontece” (COSTA, 2004, 232).

Aos indivíduos, como consumidores, corresponde, evidentemente, a arte como mercadoria. Como bem da cultura que compõe o mundo da mercadoria, o cinema carece de uma linguagem capaz de conquistar o maior público possível, sendo, dessa forma, manejado segundo as chances de venda (BERNADET, 1985). Ao invés de comprometer, importa entreter para vender. E para garantir a fidelidade dos usuários (leia-se espectadores) e o patrocínio das

empresas, vale tudo, até mesmo fazer do sujeito um alienígena em sua própria realidade (COSTA, 2004), um glutão óptico e passivo (MARTIN, 2003). Por essa razão, o cineasta russo Andrei Tarkovskii chega a afirmar que “o sucesso de massa sugere aquilo que é conhecido como cultura de massa, e não arte” (TARKOVISKII, 1998, 98).

Num amplo mercado de trocas,

o caráter comercial do cinema o faz tributário dos poderosos, cuja única norma de ação é a rentabilidade; estes acreditam poder falar em nome do gosto do público em função de uma suposta lei de oferta e procura, cujo jogo é falseado porque a oferta modela a procura a seu bel-prazer (MARTIN, 2003, p. 15).

Todavia, não podemos esquecer que há brechas, espaços abertos ao novo. É Deleuze que, dissonante em relação à maneira normalizada de ser, às relações apreciadas no capitalismo, à sensibilidade e à sociabilidade correlatas à reprodução do próprio sistema, quem assinala: “num grande filme, como em toda obra de arte, há sempre algo aberto” (DELEUZE, 1992, p. 74).

4 ACHADOS DA PESQUISA E DISCUSSÃO

4.1 O shopping é o lugar

Já notamos que os shoppings respeitam estéticas semelhantes. Em qualquer lugar do mundo provavelmente saberíamos dizer se o espaço aonde estamos é um shopping. A temperatura é agradável, a iluminação é constante, mal nos damos conta se é ainda dia ou se noite. Luzes, cores, lojas cheirosas, *fast-food*. Monitoramento. O shopping ensaia uma atmosfera de lugar seguro, afastada de uma cidade perigosa e poluída (HARVEY, 2005). O medo não nos infortuna insistentemente, quase não é preciso lidar com o inesperado. Corpos comprimidos, maneiras normatizadas de andar, de vestir, de comer (FOUCAULT, 1991). Trata-se de um arranjo urbano do domínio do consumo, do conforto, das previsibilidades, do controle (NOGUEIRA, 2013).

É nesse lugar asséptico e anestesiante que a maioria dos jovens entrevistados da região metropolitana de Belo Horizonte entra em contato com produções cinematográficas. Questionados sobre os cinemas que costumam frequentar, os jovens, em sua quase totalidade, disseram o nome do shopping onde costumam ir. “Eu costumo ir mais no [cinema] do Boulevard, porque lá é mais fácil... [...] O Boulevard é o ponto, moça, e o do Pátio também” (Maria, 18, estudante do ensino médio). Uma jovem universitária, perguntada sobre onde estavam locali-

zados os cinemas aonde ia habitualmente, responde enfática: “Nos shoppings, uai!”. Parecia-lhe óbvio que o acesso ao cinema se desse por meio de shoppings. “Que outro lugar poderia ser?”. O cinema de rua, as salas ligadas a galerias de arte, o chamado cinema “alternativo” sequer se lhe apresentavam como uma possibilidade.

Dentre os fatores que confluem para que a experiência fílmica se dê predominantemente em shoppings está à disposição dos territórios urbanos. Para onde nos conduzem as vias? Para onde correm os metrô? Para onde os ônibus nos levam?

A única linha de metrô da região metropolitana leva a três shoppings: Shopping Boulevard (estação Santa Efigênia), Minas Shopping (Estação Minas Shopping) e Shopping Estação (Estação Vilarinho). Quatro das jovens entrevistadas, estudantes do ensino médio, afirmaram escolher o shopping como local privilegiado para assistir filmes pela facilidade de acesso. Uma das falas explicita como nuances de controle aparecem no urbanismo, definindo trajetos: “Vou nos [cinemas] do Boulevard ou do Minas Shopping, porque são mais perto da minha casa, dá pra ir de metrô”. Ademais, destaca-se desta fala que em vez de ir aos cinemas localizados *em* shoppings ou simplesmente ir *ao* cinema, ela vai ao cinema *do* shopping. O cinema não é o lugar, este pertence ao shopping.

A maneira como a cidade está organizada agencia e medeia a prática de ir ao cinema. A ordem capitalística – insistentemente tratada por Guattari – incide sobre os modos das relações humanas e das atividades sociais em todos os seus âmbitos, inclusive no que tange à mobilidade (GUATTARI; ROLNIK, 2005). Percebe-se, pois, que o tecido urbano abriga múltiplos componentes ordenadores dos processos de produção de subjetividades, fabricando modos de existência (GUATTARI, 1992).

A escolaridade emergiu como outro analisador que comunica acerca da acessibilidade ao cinema em outros espaços (além de shoppings). Dos jovens entrevistados estudantes do ensino médio, apenas uma relata ter conhecido um cinema “fora do shopping”. Ainda assim, esta era uma experiência remota: “Eu já fui num cinema diferente há muito tempo atrás. Eu acho que foi quando foi lançar ‘A Múmia 2’. Eu não lembro qual era o cinema, eu só sei que fui com minha mãe assistir. Eu lembro que ele ficava no centro, mas acho deve até estar fechado, provavelmente” (Paloma, 18, estudante do ensino médio). Já as respostas dos jovens universitários não foram tão reiteradas, mas, ainda assim, revelaram a predominância de contato com os produtos massivos exibidos em shoppings.

Eu nunca fui num cinema alternativo, só no cinema de shopping. Quer dizer, não que eu me recorde. Mas eu acho que no shopping o gênero é mais hollywoodiano, e no cinema alternativo é um pouco mais cult. Eu penso em ir um dia num cinema al-

ternativo para aumentar a minha cultura, porque seria bom integrar cultura, diversão e entretenimento. (Jeferson, 23, universitário).

Eu costumo ir nos festivais, quando tem alguma mostra cinematográfica. Acho positivo para mesclar com a qualidade dos filmes. Digo qualidade não de bom ou ruim, mas qualidade de gênero. É positiva a experiência com os cinemas ligados a galerias de arte. Assim... eu conheço o CCBB [Centro Cultural Banco do Brasil], o Belas Artes e o do Palácio das Artes [Humberto Mauro]. Mas quase sempre eu vou nos shoppings e algumas vezes nesses das galerias de arte, até porque, em BH, 90% dos cinemas estão localizados em shoppings! (Mauro, 25, médico).

4.2 Uma prática de lazer

Porções inteiras do que é consumido – notam os economistas – funcionam acopladas aos lazeres. “Paralelamente ao aumento dos orçamentos e do tempo consagrados aos lazeres, o marketing fornece cada vez mais uma apresentação experiencial à oferta hedônica” (LIPOVETSKY, 2007, p. 62). Nesta contextura, “gozar os prazeres da vida, dispor do supérfluo aparecem cada vez mais como comportamentos legítimos, finalidades em si” (LIPOVETSKY, 2007, p. 40).

No processo de constituição do espectador-consumidor, o modo de produção do sistema capitalista tende a estimular a fruição hedonista, num apelo imediato ao prazer, absorvendo a experiência no tempo presente, no aqui-e-agora. O horizonte se dissipa quando se desconhece que “amanhã há de ser outro dia”, como cantado por Chico Buarque. Assim, a experiência que se dá no cinema não se deve desembaraçar da diversão, como demonstram as falas extraídas das entrevistas: “Eu vou ao cinema porque é a coisa que mais me diverte, é a arte que eu mais aprecio. É uma coisa que me deixa relaxado, me deixa feliz (Mauro, 25, médico)”; “[...] Eu venho para me divertir. [...] O filme não precisa ser perfeito, ele precisa me divertir, me entreter” (Paloma, 18, estudante do ensino médio); “Eu também [venho] para me divertir. Tipo... tem que dar pra falar: valeu a pena ter vindo assistir esse filme” (Maria, 18, estudante do ensino médio).

Maria Rita Kehl escreve que “diante do fluxo contínuo de imagens que nos oferecem o puro gozo, não é necessário pensar” (BUCCI; KEHL, 2004, p. 91). Isso não quer dizer que as pessoas não pensem diante das imagens que os filmes de massa, em geral, oportunizam, mas que param de pensar uma vez que o pensamento não é convocado (BUCCI; KEHL, 2004).

Eu vou ao cinema mais por lazer do que para adquirir algum conhecimento cultural, porque eu acho que a maioria dos filmes que passam nos cinemas convencionais, esses filmes mais hollywoodianos, não tem tanta coisa pra acrescentar. Eu acho que é um ou outro que passam alguma coisa interessante que eu saio de lá com uma baga-

gem maior do que quando eu entrei. Então, eu vou por diversão, pra rir... [...] por fazer mesmo. (Bárbara, 22, universitária).

Como nota Lipovetsky, “o consumo exerce sua influência apenas na medida em que tem capacidade de aturdir e de adormecer, de oferecer-se como paliativo aos desejos frustrados do homem moderno” (LIPOVETSKY, 2007, p. 60). A comédia romântica, amplamente produzida, a exemplo, tem por ápice da trama a união de pessoas que se encontram por pura coincidência e se descobrem perfeitamente feitas uma para a outra, como caras-metades, almas-gêmeas. Trata-se de uma categoria de filme que permite o acesso a uma espécie de euforia lúdica desconectada do real, na qual o espectador não se poderia reconhecer (LIPOVETSKY, 2007).

Ao discorrer sobre a relação entre o espectador e o filme, Fonseca nota:

[...] os filmes são capazes de significar, para muitos, refúgios de gratificações controladas que apontam para evitações fóbicas – o cinema como um anestésico e como veículo de buscas românticas à distância. Nesses casos, a vida de realidade externa assume tonalidades opacas de decepção se comparadas ao colorido atribuído aos filmes enquanto modelo das expectativas. (FONSECA, 2003, p. 304).

Igualando as produções de filmes através de grandes categorias unificadoras e redutores, “a opinião e o gosto coletivo, por sua vez, serão trabalhados por dispositivos estáticos de modelização como os que são produzidos pela publicidade e a indústria cinematográfica” (GUATTARI; ROLNIK, 1992, p. 186).

As pessoas gostam desse tipo de filme, gostam de ficção mesmo, de vivenciar ali, naquele momento, algo diferente do que eles vivem todos os dias no trabalho. Por isso que todo mundo acha graça, gosta desses que ficam fazendo piada, que forçam a barra na questão da sexualidade. A gente acha graça dessas comédias baratas. (Bárbara, 22, universitária).

Eu sei que é sempre a mesma história. O cara que trai a menina, a menina que trai o cara, ou que viaja para um tanto de lugar para fazer graça. Eu sei que é uma comédia boba, mas é pra ser sincera, né? São esses filmes assim que me trazem ao cinema. Eu sei que... tipo aquele filme mais antigo que toda mulher gosta... “Um Amor pra Recordar”... isso não vai acontecer nunca na minha vida. Aquele cara maldoso, tosco, apesar de bonito, eu não vou conseguir fazer com que ele se apaixone por mim e se transforme em um *gentleman*... mas a gente fica esperando, né? Eu sei que não vai acontecer, mas toda mulher espera viver esse amor, só não quero morrer no final, né? (Roberta, 25 anos, professora).

Em “Amor Líquido” Bauman (2004, p. 21) escreve:

A promessa de aprender a arte de amar é a oferta (falsa, enganosa, mas que deseja ardentemente que seja verdadeira) de construir a ‘experiência amorosa’ à

semelhança de outras mercadorias, que fascinam e seduzem [...] e prometem desejo sem ansiedade, esforço sem suor e resultados sem esforço.

Atinente aos processos de produção de significados e formas simbólicas e de mediação das relações característicos do capitalismo, filmes que tendem a expor a nossa frágil natureza não compõem a produção industrial de massa, tampouco possuem força de penetração no mercado.

Numa época em que o sofrimento é desprovido de todo sentido, em que os grandes referenciais tradicionais e históricos estão esgotados, a questão da felicidade interior ‘volta à tona’, tornando-se um segmento comercial, um objeto de marketing que o hiperconsumidor quer poder ter em mãos, sem esforço, imediatamente e por todos os meios. (LIPOVETSKY, 2007, p. 15).

Têm-se aí um engendramento permanente da falta e da incompletude nos processos de subjetivação, que, sem tréguas, alimenta práticas consumistas e de busca pelo prazer. A felicidade, atrelada ao entretenimento e às práticas de lazer, pode ser considerada um registro de referência dominante que fabrica uma subjetividade que “não conhece dimensões essenciais da existência como a morte, a dor, a solidão, o silêncio, a relação com o cosmos, com o tempo” (GUATTARI; ROLNIK, 2005, p. 51). Conforme Guattari (2005), “aceitamos tudo isso porque partimos do pressuposto de que esta é ‘a’ ordem do mundo, ordem que não pode ser tocada sem que se comprometa a própria ideia de vida social organizada” (GUATTARI; ROLNIK, 2005, p. 51).

Às vezes, quando eu vou pro cinema pra descansar, pra divertir mesmo e aí o filme que eu tô assistindo é um filme triste ou baseado em alguma história real... Ah! Eu não gosto de assistir filme triste demais não... Se eu tô assistindo um filme que é ruim, tipo... um filme muito triste, eu mexo no celular enquanto ele tá passando e assim que eu saio do cinema eu já dou um jeito de ir comer alguma coisa, vou pra um lugar com mais luz, vou olhar uma roupinha, mesmo que eu esteja sem dinheiro. Nossa! É muito ruim quando você sai pra divertir e dá de cara com um filme que te deixa pra baixo... Isso é ruim demais! Eu já até dormi no cinema por causa disso! (Amanda, 22 anos, universitária).

Não por acaso a produção audiovisual hollywoodiana configure a indústria cinematográfica de maior alcance mundial.

Narrativas de fácil compreensão, construídas de forma linear (com começo, meio e fim), quase sempre com final feliz (o famoso *happy end*, característico do cinema realizado em Hollywood), apoiadas em recursos técnicos cada vez mais sofisticados e produzidos em escala industrial ajudaram a configurar, mundialmente, um padrão de gosto muito difícil de ser quebrado (DUARTE, 2002, p. 27-28).

Apresentando outra perspectiva, um dos entrevistados afirma que a prática de ir ao cinema e o consumo de material audiovisual hollywoodiano estão relacionados a uma tentativa de se resolver os paradoxos da existência humana. Para ele, a oferta de satisfação apresentada no “espetáculo para os olhos” não configura um simples registro passivo, muito embora possa ser alienado. Ante a angústia que habita o real, um filme abre possibilidade para que a carência de eterno e a sensação de morte iminente sejam tamponadas. Nesse sentido, o consumo de filmes pode estar relacionada ao apaziguamento da vivência do finito que alimenta as ilusões (FEIJOO, 2002).

[...] Frequento salas de filmes alternativos e também de filmes comerciais. Eu vejo que meus colegas, [...] vão pra divertir, pra acompanhar a saga de algum super-herói. Mas eu acho que tem outros motivos pelos quais as pessoas gostam desse tipo de filme. Eu sei que eles vão para divertir, mas qual o motivo de encontrarem alegria no momento em que o herói resgata a mocinha ou livra a cidade do mal? No meu modo de entender, isso tem a ver com a condição humana. Existe certo messianismo nos filmes e nós gostamos disso porque nós queremos ser resgatados, queremos que haja possibilidade de vida, que o medo e a dor sejam interrompidos. Eu acho que esse é um dos motivos dos meus colegas, por exemplo, se sentirem incomodados quando um filme não tem um final feliz, quando paira a angústia ou fica subentendido o que deve ter acontecido. É claro que eles querem se divertir, mas até com o que eles se divertem tem a ver com uma explicação para o mal e também com a solução. É isso! Ficamos à espera de muitos messias, que nos filmes podem ser os heróis, mas, na vida real, podem ser a carreira profissional, a própria arte, o dinheiro. Por isso, eu penso que todos os filmes e as experiências que temos com filmes são religiosos, impreterivelmente. (César, 21, universitário).

4.3 Uma estética do movimento incessante

Cenas mais lentas são as que mais me deixam mais inquieta. Eu tava doida pra sair do cinema, porque imaginei uma coisa e foi outra. Peguei o primeiro filme e boas. Já que eu tinha pagado, o jeito foi aproveitar o tempo pra dormir, já que eu faço isso muito pouco (risos). É como se tivesse sufocada por outro ritmo, sabe? A minha vida é a mil! Acordo, faço isso, faço aquilo. É raro eu parar igual eu tô fazendo agora. Só tô assim só porque você me chamou. Aí eu disse: não, espera, não custa nada. Se você não tivesse me chamado, eu já tava andando em *lopping* no shopping. Eu sou uma mulher muito moderna, entende? Eu falo isso sempre! (Sofia, 24, universitária).

As concepções de tempo estão sempre associadas a determinados períodos da vida social, às condições sociais para a fabricação de modos de ser, existir e relacionar. É importante que, ao tratarmos dos processos de subjetivação no encontro espectador-filme, tenhamos em vista o cinema inserido em um determinado registro histórico, social e cultural.

Hoje, todas as relações com o espaço, com o tempo e com o cosmos tendem a ser completamente mediadas pelos planos e ritmos impostos, pelo sistema de enquadramento dos meios de transporte, pela modelização do espaço urbano, do espaço doméstico, pela tríade de carro-televisão-equipamento coletivo, e assim por diante (GUATTARI; ROLNIK, 2005, p. 53).

Sobretudo para aqueles já nascidos numa cultura audiovisual, como os sujeitos desta pesquisa, a estética do movimento incessante caracteriza uma dentre as múltiplas facetas da ordem capitalística. A duração foi degradada pela transitoriedade, na qual o valor da permanência sucumbe em prol da velocidade, do excesso e do desperdício (BAUMAN, 2007).

Quer-se o tempo veloz – este é o triunfo da instantaneidade sobre a profundidade do tempo. À semelhança das ofertas nas vitrines, propagandeando produtos ao alcance da mão, o cinema usa de artifícios para comandar o consumo. Regida pela lógica econômica na qual impera a efemeridade, a indústria da imagem apresenta continuamente novos filmes com obsolescência programada, alimentando o vigor de práticas consumistas (BAUMAN, 2004). Filmes produzidos por essa indústria são, em geral, comandados por uma estética do movimento incessante e das sensações fugazes. A aceleração do ritmo de vida tem sua expressão na tela do cinema até mesmo na mudança de tomada de câmera. É usual que nos filmes comerciais o ângulo apresentado mude a cada cerca de seis segundos. O cinema é preparado para o mercado e governado segundo os critérios estéticos da velocidade deste mercado. Importa, pois, colocar em relevo que “o tempo não é quantificável como ficou parecendo depois de ter sido capitalizável” (NOGUEIRA, 2013, p. 63).

O imediatismo, prevalente nas concepções temporais na contemporaneidade, tão presente nas relações de consumo, pode ser apreendido como artefato que exprime a tentativa de emprestar certa durabilidade à efêmera vida humana, trazendo a aparente sensação de se estar preenchendo a vida com muitas atividades, de se estar, de fato, vivendo – que é um dos empreendimentos da lógica consumista (ARENDT, 2001; KEHL, 2009). Em contrapartida, sentir o tempo parece causar sofrimento, trazer à tona a consciência da finitude, e talvez por isso haja certo horror ao tempo “devagar”, que se apresenta nos filmes que resistem ao modelo de produção industrial. Entediar-se com um filme mais “parado” pode ser compreendido como evidência de como a ordem capitalística sobrevém nos modos de temporalização.

Destoante do ritmo que se quer hegemônico, o cineasta russo Andrei Tarkovskii invita uma postura reflexiva e transcendente em relação ao tempo, que permite ao cinéfilo ser

capaz de perceber as características que regem a organização poética da existência. Ele é capaz de ir além dos limites da lógica linear, para poder exprimir a verdade e a complexidade profundas das ligações imponderáveis e dos fenômenos ocultos da vida” (TARKOVSKII, 1998, p. 19.).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

*O rio que fazia uma volta
atrás da nossa casa
era a imagem de um vidro mole.*

*Passou um homem e disse:
Essa volta que o rio faz
se chama enseada...*

*Não era mais a imagem de uma cobra de vidro
que fazia uma volta atrás da casa.
Era uma enseada.
Acho que o nome empobreceu a imagem.
(Manoel de Barros)*

O vidro mole desnuda a razão e penetra os afetos – tamanha é a generosidade da beleza! A cobra de vidro – e não a enseada – torna rica a imagem do rio, enche de tons e de vivacidade a volta atrás da casa. Ensina-nos o poeta: há conhecimentos capazes de embrutecer e pasteurizar as relações, de arrancar-lhes a delicadeza e as revolver em insipidez e desencanto. Manoel de Barros nos leva a sondar, então: em seu caráter ético, nossa pesquisa tem cooperado por promover o descortinamento, a descoberta, com vistas ao advento do novo, da produção da vida, reafirmando seu compromisso social?

Colocar-se vulnerável ao entrecruzamento de saberes, no percurso da pesquisa, é, por certo, perigoso, pois pode nos aventurar ao desconhecido, a novos encontros e conexões. Na confluência, a expansão das possibilidades de diálogo com as esferas da arte, da mídia, da filosofia, o cotidiano, as idas ao cinema imbuídas de espreita e escuta – e como é potente esse instrumento! –, as narrativas que emergiram nas entrevistas e nas entrelinhas, as leituras que integraram o exercício do pensar, adentraram-nos à tessitura da vida, à compreensão dos modos de existência que têm sido fabricados no nosso tempo.

O presente artigo sobre modos de existência do jovem contemporâneo demonstra como a ordem capitalística se (re)elabora simultaneamente à produção de filmes e aos arranjos urbanos nos quais estão localizados os cinemas. Constata que a fruição nas salas de exibição, atrelada à busca pelo gozo, tende a maximizar o frenesi de consumo. Além disso, as práticas consumistas, embora possam oferecer acesso à satisfação, subjugam as relações à tirania da velocidade, do gozo imediato, sob o senhorio das sensações novas e cada vez mais excitantes. Esse modo prevalente de ser, viver e se relacionar assiste o ocaso da relação com o tempo, da maturidade, do pensamento, da singularidade...

O capitalismo é rizomático. Contudo, ainda que certo pessimismo permeie todo este trabalho, o horizonte não se dissipa – há alternativas. A sensação de que tudo está sendo conformado em consonância com as demandas capitalísticas, que reduzem nossa potência, deve ser substituída por um ímpeto ao trabalho. “Onde quer que estejamos é possível a reinvenção das nossas atividades em função de critérios distintos daqueles que visam a determinada ordem que se quer hegemônica” (PENZIM, 2011, p. 142). Isso nos mobiliza a encontrar razões para pensar.

Cabe dizer, como pode ser observado, que este trabalho é um recorte, e nele não há pretensão de abarcar a totalidade das experiências estéticas com o cinema ou promover generalizações sobre os modos de existências do jovem contemporâneo. Antes, o anseio é que haja possibilidades de entendimento. Ademais, o exercício de escrita que aqui se faz tem sido animado por uma “tensão permanente entre a aspiração de um saber não fragmentado, [...] e o reconhecimento do inacabado e da incompletude de qualquer conhecimento” (MORIN, 2011, p. 7).

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de filosofia**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000, p. 367-374.
- ADORNO, Theodor W.; MARCUSE, Hebert; HORKHEIMER, Max. **Cultura e Sociedade**. Lisboa: Presença, 1970.
- ADORNO, Theodor W. **Teoria Estética**. São Paulo: Martins Fontes, 1970.
- ADORNO, Theodor W. **Textos Escolhidos**. São Paulo: Nova Cultural, 1999.
- ARENDT, H. **A Condição Humana**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 2001.
- AUMONT, J. et al. **A estética do filme**. 9. ed. Campinas: Papirus, 2011.
- BAREMBLITT, Gregório. **Compêndio de análise institucional e outras correntes: teoria e prática**. 5 ed. Belo Horizonte: Instituto Félix Guattari, 2002, cap. 3.
- BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2007.
- BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004.
- BAUMAN, Zigmunt. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2007.

- BENJAMIN, Walter. **Sobre arte, técnica, linguagem e política**. Lisboa: Relógio d'água, 2012.
- BENJAMIN, Walter. **Textos Escolhidos**. São Paulo: Nova Cultural, 1980, p. 3-28.
- BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema**. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias**: ensaio sobre a televisão. São Paulo: Boitempo, 2004.
- COSTA, Flávia. **Primeiro Cinema**. In: Mascarello, Fernando (org). São Paulo/Campinas: Papirus, 2006.
- COSTA, Jurandir Freire. **O Vestígio e a Aura**: corpo e consumismo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro: Garamond, 2004, p. 203-240.
- COSTA, Jurandir Freire. Perspectivas da juventude na sociedade de mercado. In: NOVAES, Regina; VANNUCHI, Paulo. (org.). **Juventude e Sociedade**: trabalho, educação, cultura e participação. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004, p. 75-88.
- DIAZ, Santiago. Arte y pensamiento en Gilles Deleuze: una experiencia lúdico-estética más allá de la interpretación. **Revista de Estética y Teoría de las Artes**, Fedro, número 13, p. 70-78. Febrero de 2014.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992, p. 51-88.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O anti-Édipo**: capitalismo e esquizofrenia. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2011.
- DUARTE, Rosália. **Cinema & Educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.
- FEIJOO, Ana Maria L. Calvo. A psicoterapia em uma perspectiva fenomenológico-existencial. In: ANGERAMI-CAMON, Valdemar (Org.) **Psicoterapia Fenomenológico-Existencial**. São Paulo: Pioneira Learning, 2002. Cap. 7, p. 131-157.
- FIGUEIREDO, Luís Cláudio M. **Psicologia**: uma (nova) introdução. São Paulo: EDUC, 2011.
- FONSECA, Paulo. O espectador e o filme: efeitos especiais do inconsciente. In: FONSECA, Tania Mara Galli; KIRST, Patricia Gomes (orgs). **Cartografias e devires**: a construção do presente. Porto Alegre: UFRGS, 2003, p. 299-306.
- FOUCAULT, Michel. O Cuidado com a Verdade (1984). In: FOUCAULT, Michel. **Ditos e escritos V**, 2.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2006. p. 240-251.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**: história da violência nas prisões. Petrópolis: Vozes, 1991.

GUATTARI, Félix. **Caosmose**: um novo paradigma estético. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica**: cartografias do desejo. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 14 ed. São Paulo: Loyola, 2005, p. 69-96, 185-277.

JIMENEZ, Marc. **O que é estética?** Rio Grande do Sul: Ed. UNISINOS, 1999.

JIMENEZ, Marc. **Para ler Adorno**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.

KANT, Imaanuel. **Crítica da Faculdade do Juízo**. 2. ed. Forense Universitari, 2005.

KEHL, Maria Rita. **O Tempo e o Cão**: a atualidade das depressões. São Paulo: Boitempo, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

LOURAU, René. **Análise Institucional e práticas de pesquisa**. Rio de Janeiro: NAPE/UERJ, 1995.

MANEVY, Alfredo. Nouvelle Vague. In: MASCARELLO, Fernando (org). **História do Cinema Mundial**. Campinas, SP: Papirus, 2006.

MANSANO, S. R. V. Sujeito, subjetividade e modos de subjetivação na contemporaneidade. **Revista de Psicologia da UNESP**, Assis, v. 8, p. 110-117, 2009.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

MORIN, Edgar. **Introdução ao Pensamento Complexo**. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

NOGUEIRA, Maria Luísa M. **Espaço e subjetividade na cidade privatizada**. 2013. Tese (Doutorado) Universidade Federal de Minas Gerais, Programa de Pós-graduação em Geografia do Instituto de Geociências da Universidade Federal de Minas Gerais. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/MPBB-95RMV7>>. Acessado em: 19 jan. 2015.

PENZIM, Adriana Maria Brandão. Subjetividade na cidade moderna: uma aproximação entre Simmel e Guattari. **Cadernos de Ciências Sociais**: [Belo Horizonte] Belo Horizonte, v.7, n.10, p. 34-46, jul. 2000.

PENZIM, Adriana Maria Brandão. **Práticas de Leitura e Governo da Vida**: a literatura de auto-ajuda. 2011. Tese (Doutorado) Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, Rio de Janeiro.

PRADO, Filho, K.; MARTINS, S. A Subjetividade como objeto da(s) psicologia(s). **Psicologia & Sociedade**. 19 (3). p. 14-19, 2007.

PORTELLI, Alessandro et al. **Usos & abusos da história oral**. 5. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

ROSE, Nikolas. Governando a alma: a formação do eu privado. In: Silva, Tomaz Tadeu (Org.). **Liberdades reguladas**. Petrópolis: Vozes, p. 30-45, 1988.

ROSE, Nikolas. Inventando nossos eus. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). **Nunca fomos humanos**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001, p. 137-204.

SANDER, Jardel. **Camelos também dançam** – movimento corporal e processos de subjetivação contemporâneos: um olhar através da dança. 2006. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Seis razões para pensar. **Lua nova**, n. 54, 2011, p. 13-24.

SANTOS, Luis Alberto Brandão. **Sujeito, tempo e espaço ficcionais**: introdução à teoria da literatura. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

SCRUTON, Roger. **Beleza**. São Paulo: É Realizações, 2013.

TARKOVSKII, Andrei Arsen' evich. **Esculpir o Tempo**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.