

Pluralidade dos públicos, singularidade do cinema¹

Jean-Michel Guy²

A questão do ou dos públicos de cinema será abordada com base nos resultados de uma *enquête* começada há cinco anos, por ocasião do centenário do cinema, sobre a cultura cinematográfica dos franceses. O objetivo era medir a extensão dos conhecimentos dos franceses em matéria de cinema, compreender como estas referências se estruturam, suas coerências, suas transferências, seus modos de aquisição. O objeto não é o estudo da freqüência das salas escuras, mas a aquisição das referências, notadamente por intermédio da sala de cinema: qual pode ser o lugar, as freqüências, das salas tendo em vista outros meios de acesso (principalmente televisão e vídeo-cassetes)?

Enquêtes sobre o público do cinema, entendido seja como público das salas, seja como público dos filmes, são hoje conduzidas regularmente, sobretudo pelo CNC. Dispõe-se, pois, de estatísticas confiáveis sobre a freqüência, a composição sócio-demográfica do público e o grau de familiaridade do público com o cinema. Em particular, a distinção entre espectadores assíduos, regulares e ocasionais é conhecida. Sabe-se, pois, que o índice de freqüência se estabilizou em cerca de 50%, ou seja, um em cada dois franceses de mais de 15 anos, vai ao cinema pelo menos uma vez por ano. O índice é superior nos adolescentes que constituem uma parte importante do público.

A construção de uma cultura cinematográfica

Tentemos relocalizar o papel da saída para o cinema como algo mais vasto: a relação dos franceses com o cinema. Esta relação com o cinema é um conjunto

¹ Traduzido do francês por Carlos A.A. Ferraz e Araújo.

² Pesquisador do Ministério da Cultura, autor de estudos sobre os públicos do teatro, circo e cinema e autor de *La culture cinématographique des françaises* (A cultura cinematográfica dos franceses), 2000.



complexo feito de atos de consumo de imagens nas salas, na televisão ou em vídeo, mas é também um conjunto de experiências concretas, de lembranças, de atividades ligadas à frequência das salas, de conversações sobre os filmes, e também de práticas diversas como aquelas de afixar o retrato de um ator em seu quarto, de colecionar fichas ou livros sobre o cinema.

A cultura cinematográfica é algo aparentemente desorganizado. Todavia, o conjunto das categorias interrogado estrutura este “magma” como um saber. Isto se faz de duas diferentes maneiras.

O procedimento mais simples é a analogia: tal imagem de pistola, por exemplo, evoca tal outra imagem de pistola em um outro filme; é a conversação que reativa a analogia.

A outra forma de organização das referências cinematográficas é a ligação lógica, a ligação de atribuição. Todo indivíduo, mesmo o menos instruído, tem esta capacidade de associar dois elementos: por exemplo, o rosto de um ator com seu nome, o mesmo rosto com títulos de filmes, títulos com o nome de seu realizador... Foi uma grande surpresa constatar que a cultura cinematográfica é organizada de maneira muito lógica. Do mesmo modo, se certas referências são mal fixadas, como em estado latente, elas podem, apesar de tudo, se manifestar nas conversações. A cultura cinematográfica não é, pois, simplesmente um estoque, é também um fluxo, uma fonte de intercâmbios, algo potencial, que circula. Ela é essencialmente constituída de filmes. Tentou-se mensurar o número de filmes vistos por espectadores. É um empreendimento irrealizável, porque os franceses vêem em média 250 filmes por ano na pequena tela; portanto, um francês de 40 anos tem grandes chances de ter visto perto de 10 000 filmes em sua vida. Contrariamente, em sala, um francês não veria mais de um filme por ano. O conjunto das referências fílmicas adquiridas é, pois hoje pela pequena tela (televisão ou vídeo-cassete). O vídeo-cassete é hoje o principal veículo das referências cinematográficas. Em média, um francês possui 25 cassetes gravadas. Em geral, metade da videoteca dos franceses é ativa (os filmes são revistos, emprestados...); a outra metade é entesourada, mas sempre suscetível de ser reativada.



Ensaio de tipologia dos filmes

A experiência do cinema nas salas escuras é muito diferente daquela da pequena tela. As pessoas entrevistadas estão claramente conscientes destas diferenças. O primeiro contato do público com um filme quando ele é lançado, sabe-se, se faz através da sala. Conhece-se bastante bem as motivações da frequência das salas. Por um lado, os habituados vão ver um filme em função de seu gosto pessoal, mas alguns vão custe o que custar, mesmo se o filme não os atrai particularmente. É, de algum modo, para manter a chama, manter um ritmo regular de frequência, quase um ritual. Por outro lado, na frequência dos ocasionais (eles vão ao cinema menos de uma vez por mês e aceitam ver os filmes mais tempo após seu lançamento) há uma lógica de seletividade. Estas duas lógicas funcionam mais ou menos para todos os filmes. Nos seus lançamentos, os filmes atraem espectadores de perfil sócio-demográfico muito particular: cada filme tem um público, seu público, distinto daquele de um outro filme.

Existem três tipos de filmes lançados em salas:

- os filmes imediatamente federadores que atraem espectadores de perfis sócio-demográfico muito diferentes e que são em geral também filmes que atraem muita gente;
- no outro extremo, se encontram os filmes que atraem um alvo muito particular;
- finalmente, os filmes que atraem um público de perfil particular: são filmes que têm, de qualquer modo, um público considerável.

Os filmes federadores, que efetuam muitas entradas quando do seu lançamento em salas, têm toda a chance de serem difundidos na televisão e de nela serem redifundidos. Seu lado federador aparece, pois, ao longo do tempo e eles atraem um público de perfil sócio-demográfico conforme aquele dos primeiros espectadores; mas logo o perfil médio do público tende a se assemelhar ao perfil médio da população inteira. Estes filmes tornam-se rapidamente filmes patrimoniais. Eles são de dois tipos: seja grandes produções hollywoodianas, sejam filmes franceses como *Le Père Noël est une ordure* (*O Papai Noel é um safado*). Os dois outros tipos de filmes, filmes de público alvo, tendem também a ser vistos por



pessoas de perfis sócio-demográfico e de gostos muito variados. Este resultado bastante surpreendente se deve à difusão dos filmes na televisão e à circulação das cassetes de vídeo. Assim, os filmes mais confidenciais, que foram vistos por menos de 20% da população, atraem no final um público muito diferenciado. Por exemplo, *Meurtre dans un jardin anglais* (*Assassinato em um jardim inglês*) teve no seu lançamento em salas um público, sobretudo mais instruído, diplomado, mas terminou atraindo, através da circulação das fitas cassete, um público mais amplo que jamais teria ido vê-lo quando de seu lançamento em salas.

Este jogo da televisão, das conversações sobre filmes e das cassetes de vídeo tem pois um efeito banalizador e instaura referências comuns. O conjunto dos franceses é ligado a este patrimônio cultural comum: com efeito, 70% dos franceses afirmam que há filmes que todo o mundo deveria ter visto (por exemplo, *La Grande Vadrouille* [*A Grande Pândega*], *Autan en empoprte lê vent* [... *E o vento levou*], *Sissi impératrice* [*Sissi imperatriz*], *Il était une fois dans l'Ouest* [*Era uma vez no Oeste*]). Este índice é superior àquele dos franceses que estimam que há livros que é preciso ter lido. O cinema contribui, pois, amplamente para a instauração de uma cultura comum.

Todavia, mesmo ao final de vinte anos de difusão, os filmes continuam marcados pelo seu público inicial. Pode-se assim distinguir cinco perfis:

- os filmes patrimoniais vistos por mais de 80% da população. São filmes que devem ser vistos. Quase se pode dizer que já não se trata de saber se gostamos deles ou não.
- os filmes para cinéfilos eruditos, cuja característica principal é fazer referência a outros filmes.
- os filmes dos jovens da década de 90 (como *Waterworld*), difundidos sobretudo nos meios adolescentes.
- os filmes para homens.
- os filmes para mulheres.

De acordo com nossa *enquête*, estas duas últimas categorias poderiam se justificar na medida em que a freqüência das salas seria marcada sexualmente e



deitaria de tipologias de gostos (segundo o senso comum, os homens preferem os filmes de ação, os filmes violentos, enquanto as mulheres preferem os filmes sentimentais). A clivagem se estanca totalmente ao fim de um certo tempo: a maioria dos filmes, quando eles são difundidos abundantemente, já não são considerados como filmes para homens ou para mulheres porque os casais os assistem juntos na televisão. Mas alguns raros filmes continuam marcados. Lado masculino: se pode citar *Apocalypse Now*, *Blade Runner*. Lado feminino: *Out of África*.

O cinema: uma arte popular

Entre os franceses, 3% são “eruditos”, isto quer dizer que há uma minoria, representando 1,3 milhão de pessoas que, qualquer que seja o cruzamento dos indicadores que se escolham por exemplo, viram um filme de Idrissa Ouedraogo, um filme de Satyajit Ray, um de Méliès, viram *L’Atlante*, *Céline et Julie vont em bateau* (*Céline e Julie vão de barco*), vão ao cinema várias vezes por semana, sabem quem é Glauber Rocha, respondem sempre positivamente.

São mais eruditos que cinéfilos. Os franceses têm, com efeito, uma definição bem precisa do que seja a cinefilia. Para 44% deles, é antes de tudo saber muita coisa sobre cinema; em seguida, para 28%, é gostar de cinema; enfim, para 11%, é ir habitualmente ao cinema. Apenas os eruditos têm uma definição diferente do que seja a cinefilia. Para eles, é gostar de cinema, bem antes de ter conhecimentos.

Os franceses se consideram cinéfilos e um terço deles dizem ter um cinéfilo no seu círculo. Há, pois, uma espécie de continuidade social entre os eruditos e a base da pirâmide, continuidade que viria do estatuto popular e banalizado do cinema. Conseqüentemente, não existiria nenhuma forma de desprezo nem da base para o topo, nem inversamente, o que não parece ser o caso para as outras artes. Os eruditos não rejeitam os filmes de grande público como desnudados de interesse e, no sentido inverso, as categorias menos instruídas consideram os “cinéfilos cultos” como especialistas e não como uma elite que os impediria o acesso à cultura cinematográfica. Esta continuidade social pareceria, pois, que o cinema seja qualificado como “arte popular”.

