

## ENTRETENIMENTO E CULTURA NAS TELAS DE CINEMA DE RIO BRANCO – ACRE

### ENTERTAINMENT AND CULTURE ON THE SCREENS OF THE CINEMA IN THE RIO BRANCO – ACRE

Yan S. da Costa<sup>1\*</sup>, Hélio C. Rosa<sup>2</sup>

1. Aluno do 3º ano do Ensino Médio do Colégio de Aplicação (CAp) da Universidade Federal do Acre (UFAC);

2. Professor de Filosofia do Colégio de Aplicação (CAp) da Universidade Federal do Acre (UFAC).

\*Autor correspondente: yansilva77767.ys48@gmail.com

Recebido: 14/10/2016; Aceito 08/12/2016

#### RESUMO

O cinema, arte criada em 1895 na França pelos irmãos *Lumière* (Auguste e Louis) ganhou dimensão mundial desde sua criação aos dias contemporâneos. Em Rio Branco, capital do Acre, tornou-se uma das formas de entretenimento da população, sendo um dos locais mais freqüentados, ponto de divertimento e lazer durante toda a semana. Nosso objetivo é o estudo do Cine Araújo, localizado no Via Verde Shopping. Identificamos como os indivíduos usufruem o espaço, tanto de forma individual quanto coletivamente e descrevemos o número de pessoas que freqüentam o cinema durante a semana, além mapearmos o nível social das pessoas e os gêneros de filmes mais procurados. Realizamos entrevistas no Shopping e utilizamos questionários para coletarmos dados através com alunos do Colégio de Aplicação na rede social *Facebook*. Nesse sentido, constatamos as impressões que os indivíduos possuem do cinema e como o mesmo constrói a relação entre a cultura e lazer.

**Palavras-chave:** Cinema, cultura, lazer

#### ABSTRACT

The cinema, art created in 1895 in France by the Lumière brothers (Auguste and Louis) gained worldwide scale since its inception to contemporary days. In Rio Branco, capital of Acre, became one of the people's forms of entertainment, one of the most frequented places, fun point and leisure throughout the week. Our goal is the study of Cine Araújo, located in the Via Verde Shopping. Identified as individuals enjoy the space, both individually and collectively and describe the number of people who attend the film during the week, in addition to map out the social level of the people and the genres most popular films. We conducted interviews in Shopping and use questionnaires to collect data through with Application College students in the social network Facebook. In this sense, we see the impressions that people have of the film and how it builds the relationship between culture and leisure.

**Key Words:** Movie Theater, culture, recreation

### 1. INTRODUÇÃO

O cinema é uma arte, foi criado em 1895 pelos irmãos *Lumière* (Auguste e Louis), cujo objetivo era registrar um fato de movimento em seu cotidiano utilizando o cinematógrafo, aparelho

inspirado na engrenagem de uma máquina de costura. Foi apenas no dia 28 de dezembro deste mesmo ano que ocorreu a primeira sessão, em média para 30 pessoas presentes, com o filme intitulado “*A chegada do trem na estação*”, com

segundos de duração. Mostrava a chegada de um trem à estação ferroviária e as pessoas que assistiam a exibição ficaram assustadas ao ver o trem se aproximando na projeção, se afastaram imediatamente com reflexo imaginando que trem poderia as atingir[1]. Essa técnica em pouco tempo se espalha pelo mundo, chegou ao Brasil em 1896, tendo a primeira exibição em julho do mesmo ano “Cinematographo Parisiense, que foi criado em um lugar adaptado, onde hoje funciona o teatro Glauber Rocha, no Rio, cujos proprietários eram Pascoal Segreto e José Roberto Cunha Salles.” [2]

No Acre, o primeiro cinema chamava-se “Cine Rio Branco” inaugurado nos anos de 1970. Em 2005, surge o segundo e único cinema da capital e do Estado, o “Cine João Paulo”. Esse cinema teve sua última sessão em 21 de Janeiro de 2012, registrando queda de 60% em sua bilheteria [3], consequentemente novo concorrente, o Cine Araújo localizado no Via Verde *Shopping*. Segundo Socorro Santana, gerente do Cine João Paulo ao AC24horas “a concorrência trouxe muita novidade e o público decidiu optar pelas inovações”. [4]

O Cine Araújo foi fundado pela família Araújo em 1926, possui salas de cinema em oito Estados brasileiros (São Paulo, Paraná, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rondônia e Acre), atuando em 23 cidades. Sua estréia em Rio Branco foi no dia 18 de Novembro de 2011, sendo o primeiro filme exibido o “Amanhecer parte 1” adaptação cinematográfica da saga de livros “Crepúsculo” da autora Stephenie Meyer. [5]

Ao longo do nosso estudo, observamos as pessoas que frequentam este novo espaço de lazer, analisamos como os indivíduos se relacionam com esse ambiente e utilizam a tecnologia como meio de comunicação para ampliar a relação em âmbito cultural. Portanto, entendemos que cinema é fonte de influência cultural acreana, pois pessoas de diferentes idades passam por ali e o quanto aquele espaço é importante para elas.

## 2. MATERIAIS E MÉTODOS

Realizamos visitas ao Via Verde *Shopping* onde observamos as pessoas e a arquitetura do ambiente, principalmente a do Cine Araújo. À medida que visitávamos o local de estudo, líamos artigos da área filosófica e cinematográfica. Realizamos pesquisas sobre a história dos cinemas que existiram na capital acreana (Rio Branco). Fizemos as coletas de dados em três ocasiões: no primeiro momento elaboramos um questionário contendo onze questões e enviamos para doze pessoas (seis homens e seis mulheres) na rede social *Facebook*; em segundo momento aplicamos o mesmo questionário para nove alunos (três homens e seis mulheres) da turma do terceiro ano do ensino médio do Colégio de Aplicação da Universidade Federal do Acre – CAp/UFAc; e por último, visitamos o Cine Araújo e entrevistamos sete pessoas (quatro homens e três mulheres) que estavam à espera da seção escolhida. As entrevistas foram gravadas em áudio pelo aparelho celular com consentimento do entrevistado e a faixa etária das pessoas que responderam os questionário e

concederam as entrevistas variou de 14 à 50 anos de idade.

Comparamos nosso método de entrevista como o mesmo utilizado por Sócrates, filósofo grego que em seu tempo andava pelas ruas da cidade de Atenas questionando as pessoas sobre determinados assuntos, procurando chegar a uma verdade junto a seu interlocutor. Assim ocorreu nossa pesquisa, pois caminhamos pelo *Shopping* e conversamos com as pessoas sobre os aspectos: comercial, cultural e moral do cinema.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Via Verde *Shopping* foi inaugurado em 8 de novembro de 2011, localizado na estrada da floresta, 2320 – Floresta Sul, região em desenvolvimento de Rio Branco, trouxe mudanças no modo de vida acreano, influenciando o consumo, pois oferece diversas opções: lojas, restaurantes, *fast-foods* e cinema moderno. Iniciativa importante para a cidade, por ser o primeiro e único *Shopping Center* do Acre. Segundo a “metodologia da ABRASCE (Associação Brasileira de Shopping Centers), o empreendimento gera mais de 2.200 empregos diretos e 5.500 empregos indiretos”. [6]

A coleta de informações ocorreu através visitas ao *Shopping*, aplicação de questionários e entrevistas. No total foram vinte e nove pessoas que nos forneceram informações com sexo e idades diferentes. Tanto no questionário quanto nas entrevistas foram abordadas as seguintes questões em relação ao cinema: faixa etária, frequência e companhia, renda mensal dos frequentadores, preço dos ingressos, regras, lazer e diversão.

Em relação aos dados obtidos pelos questionários online encontramos as seguintes faixas etárias: uma pessoa com 16 anos, sete com 17 anos, uma com 18 anos; duas com 19 anos e uma com 41anos. Já os dados dos questionários aplicados no Colégio de Aplicação para os alunos do terceiro ano do ensino médio, encontramos as seguintes idades: quatro com 17 anos; quatro com 18 anos e um com 19 anos. Por fim, no *shopping* dos entrevistados encontramos: dois com 17 anos e um com 14, 16, 24, 30, 46, e 50 anos respectivamente.

Tratando da frequência dessas pessoas ao Cine Araújo nos três casos citados, contatamos que dezessete preferem ir mensalmente e doze vão semanalmente. Apenas quatro pessoa costuma frequentar o cinema sozinha ou com amigos, três vão com o namorado ou esposa e as demais sempre vão acompanhadas de amigos e familiares.

Quanto a renda, percebemos uma enorme variação indo de um (R\$678,01) a nove (R\$ 6.102,00) salários mínimos. Entretanto notou-se que as pessoas participantes da pesquisa possuem uma renda acima de quatro salários mínimos. Nesse contexto colocamos em pauta a discussão sobre o valor do ingresso e se todos possuem oportunidade de acesso ao cinema. O preço pago no período de realização da pesquisa da entrada “inteira” gira em torno de R\$16,00 à R\$18,00 reais. De todos participantes apenas quatro acharam os ingressos caro, os demais disseram que o preço é bom. Salientamos que a maioria dos envolvidos na pesquisa são estudantes e consideram bom o valor dos ingresos, pois possuem a carteira do estudantil e

pagam apenas meia entrada. Os demais que concordam ser bom o preço do ingresso possuem uma boa renda mensal.

Através de nossas observações e entrevistas percebemos uma exclusão social, apesar que a posse da carteira do estudantil permite aos estudantes pagarem a meia entrada. Segundo Francisco Eduardo, para “o estudante o preço é acessível, mas poderia ser mais barato, claro que em outros locais, o preço é bem mais abusivo, mas depende da economia do local, e o quanto as pessoas podem pagar para desfrutar de um lazer” [7]

Analisar os valores dos ingressos no cinema torna-se questões de ponto de vista, pois para o estudante Vitor Silveira, o preço “é bem caro, chega a ser mercenário. O cinema não oferece uma boa qualidade de atendimento ou variedade (filmes legendados e dublados) para cobrarem tão caro.” [8]. Os *shoppings* possuem uma estrutura que exige os indivíduos paguem por ela, pois sabemos que o cinema é um espaço comercial e um valor inferior (R\$4,00 por exemplo, o que é impossível no Brasil) poderia incorrer em diversos problemas, tanto por parte da população quanto por parte da empresa que o administra, pois não terá renda suficiente para que haja as melhores salas de projeções para conforto e satisfação do cliente. Acreditamos que entre essas e outras razões o cinema não é acessível a todas as camadas da população.

Constatamos que o cinema contribui para a diversão, conforto, distração e relaxamento das pessoas. Segundo elas é uma forma de sair da realidade e se conectar com o personagem do tela,

além de adquirir conhecimentos morais e científicos e novas informações que a ciência propõe, trazendo ensinamentos para a vida cotidiana.

Por outro lado, todos os entrevistados questionaram as normas quanto a alimentação, pois não podem consumir produtos de outras lojas dentro das salas do Cinema. Segundo eles, o preço dos produtos são caros e limitados (pipoca, refrigerante, água, chocolates, etc). Ressaltamos que algumas pessoas disseram que burlam as regras levando produtos de outras lojas dentro de suas bolsas.

O Via Verde Shopping oferece segurança e conforto, mas limita a liberdade do indivíduo, induzindo-os a consumir uma variedade de produtos sem as verdadeiras necessidades das pessoas. As pessoas não vão simplesmente ao cinema, vão ao *shopping*. O cinema como já se observa na sociedade capitalista, é uma ferramenta inteiramente ligada ao consumo. Embora não podemos analisá-los apenas sobre esse prisma, para todos, ele é uma forma de lazer e divertimento. Esta inovação tecnológica encanta pessoas de diferentes idades ao dos tempos, filmes e personagens de várias épocas fazem as pessoas descobrir um novo mundo mágico, como nos afirma Victor Silveira:

Meu pai que me ensinou a gostar de ir ao cinema e tomar gosto, foi ele que me fez gostar de estréias. Quando me formei em cinema eu buscava criar essa conexão que o cinema me proporciona, então o sentimento de aceitação seria a resposta. Em relação ao todo, quando você assiste a um filme ninguém te julga, todos querem se entreter e se conectar com os personagens.[9]

Esse é um dos propósitos do cinema em qualquer lugar do mundo, seja na cidade de Rio Branco no Acre ou em qualquer cidade de outro

país onde o fluxo de pessoas pode ser maior, caso ela seja metrópole (cidade mais desenvolvida de uma região). Essa finalidade de fazer uma conexão entre a ideologia do filme, os efeitos provocados no espectador, vão além de uma simples projeção na tela com fins comerciais.

#### 4. CONCLUSÃO

Verificamos na sociedade capitalista contemporânea que o consumo se expande nos cada vez mais, seja através dos produtos adquiridos nas lojas e nos diversos espaços culturais, como por exemplo o cinema. Esse meio tecnológico/cultural enquanto espaço comercial possui medidas de funcionamento que visam o maior acúmulo possível de lucro. Por outro lado, ressaltamos que isso contribui para que as salas tenham um nível de limpeza, segurança e conforto. Porém as regras garantem a exclusão de uma parcela da sociedade que não possuem renda financeira e não se encaixam nos padrões exigidos socialmente para frequentar o ambiente.

Desmitificamos a ideia comum de que o cinema é frequentado apenas por jovens, diferentemente do que se pensa, há presença de todas as faixas etárias, de crianças a idosos, claro que isso depende das seções voltadas para públicos específicos. É um lugar que muitas pessoas gostam de ir sozinhas, com amigos e familiares. Para que o cinema não perca sua magia, é importante enquanto instituição cultural e empresa comercial possa rever critérios e regras de organização que causam insatisfação nos clientes. Também possa oferecer condições e oportunidades para a população de

baixa renda poder frequentar as suas salas desfrutando de todos os benefícios, mas sem prejuízos financeiros.

#### 5. REFERÊNCIAS

[1] FÁRIA, N. **Oficina: A magia do Cinema**. SICEA DISCENTE – encontro dos alunos dos Caps. Colégio de Aplicação João XXIII/UFJF. Juiz de Fora, 2015.

[2] MASCARENHAS, L. **O Cinema no Brasil**. Disponível em: <<http://ocinemabrasil.blogspot.com.br/>>, [acesso em 11 de out 2016].

[3] BARBOSA, J. **Com a chegada do Shopping, Cine João Paulo fecha as portas**. <[http://www.ac24horas.com/2012/02/12/com-a-chegada-do-shopping-cine-joao-paulo-fecha-as-portas/?doing\\_wp\\_cron=1476226820.2397999763488769531250](http://www.ac24horas.com/2012/02/12/com-a-chegada-do-shopping-cine-joao-paulo-fecha-as-portas/?doing_wp_cron=1476226820.2397999763488769531250)>, [acesso em 02 de Nov 2015].

[4] BARBOSA, J. **Com a chegada do Shopping, Cine João Paulo fecha as portas**. <[http://www.ac24horas.com/2012/02/12/com-a-chegada-do-shopping-cine-joao-paulo-fecha-as-portas/?doing\\_wp\\_cron=1476226820.2397999763488769531250](http://www.ac24horas.com/2012/02/12/com-a-chegada-do-shopping-cine-joao-paulo-fecha-as-portas/?doing_wp_cron=1476226820.2397999763488769531250)>, [acesso em 02 de Nov 2015].

[5] Cinematográfica Araújo. **Institucional**. Disponível em: <<http://www.cinearaujo.com.br/index.asp>>, [acesso em 02 de Nov 2015].

[6] VIA VERDE SHOPPING, site oficial. **O shopping**. Disponível em: <<http://www.viaverdeshopping.com.br/shopping.php>>, [acesso em 11 de out 2016].

[7] LUCENA, F. E. S. **Questionário online via Facebook**. [05 de Nov 2015]

[8] NEPOMUCENO, V. S. **Questionário online via Facebook**. [05 de Nov 2015]

[9] NEPOMUCENO, V. S. **Questionário online via Facebook**. [05 de Nov 2015]