



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

**THÁSSIO VINÍCIUS DE OLIVEIRA REIS**

**CINEMA DE ARTE EM SALVADOR:  
A RESISTÊNCIA DOS ESPAÇOS ALTERNATIVOS**

Salvador  
2015

**THÁSSIO VINÍCIUS DE OLIVEIRA REIS**

**CINEMA DE ARTE EM SALVADOR:  
A RESISTÊNCIA DOS ESPAÇOS ALTERNATIVOS**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Comunicação com Habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Produção em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Sobreira

Salvador  
2015

## AGRADECIMENTOS

A Deus, pelas bênçãos sem medidas sobre a minha vida e por sua misericórdia sem fim.

Aos meus pais, Antonino Marques Reis e Sandra Almeida de Oliveira, pelo sustento financeiro, emocional e todo o amor e carinho que me estruturaram e me mantiveram ao longo dos anos.

À minha irmã Thaíse Reis, que me trouxe até aqui e me amparou com sua paciência e dedicação.

À minha namorada e melhor amiga Nadine Esteves, por caminhar comigo e pela paciência desprendida enquanto estive voltado a esta pesquisa.

Aos meus familiares, pelo apoio, amparo, e investimento nos meus sonhos.

Aos colegas e amigos que me acompanharam e ajudaram a moldar o meu caráter profissional.

Aos mestres e professores que me formaram e me suscitaram o desejo de crescer em conhecimento sempre.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Sérgio Sobreira Araújo, pela paciência, dedicação e ensinamento ao longo da trajetória acadêmica.

REIS, Thássio Vinícius de Oliveira. *Cinema de Arte em Salvador: A resistência dos espaços alternativos* 68 f. 2015. Monografia – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

## RESUMO

O presente trabalho analisa a situação do cinema alternativo em Salvador através das salas do Circuito SaladeArte, Salas Walter da Silveira e Alexandre Robatto e Espaço Itaú de Cinema Glauber Rocha. Buscamos um olhar sobre os aspectos históricos da configuração dessa relação do cinema de arte com a cidade de Salvador e analisamos a dinâmica das salas que permanecem em funcionamento na presente data, fazendo uma relação com o consumo cultural do público soteropolitano. A análise é feita com base na relação histórica do público com o cinema em Salvador, com foco no chamado cinema de arte - que demonstra resistência em alguns espaços da capital baiana – sob a ótica do conceito de *habitus* proposto por Pierre Bourdieu. Para isso, foram entrevistados gestores e programadores das salas relacionadas, que através de seus conhecimentos e lugar de fala revelam suas visões e expectativas a respeito deste tipo de consumo cultural.

Palavras-chave: Salas de Cinema; Cinema Alternativo; Cinema de Arte; Públicos de Cultura; Cinemas de Salvador.

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> – Análise comparativa das respostas de questões semelhantes.....	47
--	----

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Evolução urbana e localização dos cinemas até 1989.....	18
<b>Figura 2</b> – Fachada do Cine Itaú Glauber Rocha.....	21
<b>Figura 3</b> – Fachada da SaladeArte do Shopping Paseo Itaigara.....	24
<b>Figura 4</b> – Fachada do Cinema da UFBA.....	25
<b>Figura 5</b> – Espaço interno do Cinema do Museu.....	26
<b>Figura 6</b> – Fachada do Cine XIV no Pelourinho.....	27
<b>Figura 7</b> – Fachada da Sala Walter da Silveira.....	29
<b>Figura 8</b> – Interior da Sala Alexandre Robatto.....	29
<b>Figura 9</b> – Gêneros mais assistidos.....	36

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2. CINEMA DE ARTE EM SALVADOR.....</b>	<b>10</b>
2.1 Cinema “comercial” e Cinema “alternativo”.....	10
2.2 Contexto Histórico-cultural.....	13
2.3 Cine Itaú Glauber Rocha.....	20
2.4 Circuito Saladearte.....	22
2.4.1 Cine Paseo.....	24
2.4.2 Cinema da UFBA.....	25
2.4.3 Cinema do Museu.....	26
2.4.4 Cine XIV.....	26
2.5 Salas Walter da Silveira e Alexandre Robatto.....	27
<b>3. O PÚBLICO E O CINEMA ALTERNATIVO EM SALVADOR.....</b>	<b>31</b>
3.1 Públicos de cultura e Consumo cultural.....	31
3.2 O público e as salas de arte.....	34
3.3 A tecnologia e as salas de arte.....	39
3.4 Alternativas para o cinema de arte.....	41
<b>4. METODOLOGIA DE PESQUISA.....</b>	<b>43</b>
4.1 Definição do problema.....	43
4.2 Métodos utilizados.....	44
4.3 População.....	45
4.4 Análise dos resultados.....	46
4.4.1 Questões Semelhantes.....	46
4.4.2 Questões Específicas.....	50
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>52</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>53</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>55</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O cinema de arte em Salvador enfrenta um momento delicado em relação aos seus espaços de exibição. Recentemente, foi divulgada na imprensa a situação da administração do Circuito Sala de Arte, que encerrou as atividades da Sala de Arte Cinema do Museu, tendo reaberto logo em seguida através da movimentação popular de frequentadores e amantes do cinema de arte na cidade. A partir disso, surgiu o interesse em, através do trabalho de pesquisa, entender a relação de resistência e preservação do cinema alternativo em Salvador, investigando a relação dessas Salas com o público e demais consumos culturais.

Após nos debruçarmos sobre os conceitos de “cinema comercial” e “cinema alternativo”, diferenciando os termos, buscamos na bibliografia disponível sobre o tema, embasamento para o desenvolvimento desta pesquisa. Realizamos aqui uma contextualização a fim de situar o leitor a respeito da construção e perpetuação do cinema em Salvador ao longo dos anos e refizemos o caminho que levou até o quadro atual da cidade.

Desta forma, o primeiro capítulo apresenta a revisitação à história do cinema baiano, como suas primeiras exibições - numa época em que sequer havia novas propriedades, linguagens e estéticas cinematográficas a serem definidas - e o desdobramento disso, com a proliferação e posterior escassez das salas de cinema. Após a conceituação e diferenciação dos termos “cinema alternativo” e “cinema comercial”, o trabalho de pesquisa se debruça na história do cinema desde sua chegada na capital baiana até as figuras representativas da introdução e perpetuação deste viés da sétima arte. Após isso, buscamos contextualizar no panorama atual as salas que abrangem o cinema de arte e que ainda mantém atividades em Salvador: Cine Itáu Glauber Rocha, as salas do Circuito Sala de Arte e as salas públicas Walter da Silveira e Alexandre Robatto.

Na segunda parte deste trabalho, embasados nesta contextualização histórico-cultural do cinema alternativo em Salvador, buscamos entender o declínio do número de salas ou o desinteresse nesta oferta cultural sob a ótica teórica dos conceitos de *habitus* e capital cultural propostos pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu, os conceitos de consumo e públicos de cultura elaborados por Canclini e Teixeira Coelho respectivamente e através de dados de pesquisas como a do Panorama Setorial da Cultura Brasileira 2013-2014, do Ministério da Cultura em parceria com a Vale, e a pesquisa Públicos de Cultura do Sesc em parceria com a Fundação Perseu Abramo,



relacionando-os com a cobertura dada pela mídia à possível crise de público e patrocínio vivida pelo Circuito SaladeArte. Além disso, o capítulo analisa outros possíveis fatores para entender essa ausência de público suficiente para manter as salas de arte em funcionamento, como as novidades tecnológicas do consumo audiovisual, e busca traçar um panorama da questão para obter reflexões sobre os horizontes do cinema de arte na cidade.

O terceiro e último capítulo trata-se da metodologia usada para concepção da linha de pesquisa, através de entrevistas com os gestores Marcelo Hoog Sá, do Circuito Sala de Arte, Cláudio Marques, do Cine Itaú Glauber Rocha e o programador e crítico Adolfo Gomes, principal programador das salas públicas Walter da Silveira e Alexandre Robatto. A partir das respostas, dos seus pontos de vista sobre as questões que envolvem o tema trabalhado, desenvolvemos uma análise para que fosse possível identificar e adentrar o atual momento vivido por esses espaços e a relação de seus públicos com o consumo do cinema alternativo.

## 2. CINEMA DE ARTE EM SALVADOR

### 2.1 Cinema “comercial” e cinema alternativo

É necessário, antes de nos aprofundarmos no objeto de estudo, conceituar os aspectos cinematográficos distinguindo os que se enquadram em cinema de cunho comercial dos considerados cinema de cunho alternativo. A indústria da sétima arte trabalha com uma cadeia que vai de produção – envolvendo todos os aspectos da realização de um filme – à distribuição e exibição. Todas essas etapas formam a chamada cultura do cinema, que de acordo com Coelho (1997) “é um universo sempre em expansão que abrange desde as mundanidades de uma *première* até as mais sofisticadas teorias sobre o que é projetado na tela (...) e disputas políticas por mais mercados.” (Coelho, 1997 p. 109).

O cinema comercial é assim denominado por se tratar de um nicho voltado à circulação mercadológica, com fórmulas de produção que priorizam filmes de grande apelo comercial. Estes filmes, geralmente produzidos nos Estados Unidos e distribuídos pelas grandes firmas norte-americanas, já encontram seu lugar pré-determinado na mídia e tem seu espaço garantido no chamado circuito comercial, que inclui tanto as salas de cinemas tradicionais e de rua quanto os chamados *multiplex*<sup>1</sup> e outros grandes complexos de exibição. O circuito comercial se difere do circuito alternativo por ter um forte viés publicitário, através do qual, antes mesmo da estreia, a mídia geral e especializada trata de fomentar o interesse do público com a reprodução massiva de publicidade via trailers, internet, televisão, outdoor, busdoor, revistas e todos os meios possíveis de replicação, fortemente patrocinada pelas distribuidoras da cadeia norte-americana. Essa publicidade vem condensada por diversos fatores, tanto pela generosa aplicação financeira para tais fins, à qual as produções já adequam seu orçamento durante a concepção, quanto na construção da perspectiva do público. Na maioria das vezes, escalam atores e atrizes renomados para os papéis principais e exploram o lugar já constituído por uma obra cinematográfica no imaginário coletivo: a partir das sequências, franquias e *spin-offs*<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Multiplex é um complexo de salas de exibição com excelentes recursos cinematográficos, onde se destacam, principalmente, o conforto, a qualidade e a modernidade.

<sup>2</sup> *Spin-off*, também chamado de derivagem, é um termo em inglês utilizado para designar aquilo que foi derivado de algo já desenvolvido ou pesquisado anteriormente. É utilizado em diversas áreas, como em negócios, na mídia, em tecnologia, etc. Na mídia audiovisual, *spin-off* acontece quando uma franquia é criada a partir de uma já existente, geralmente aquela que já obteve sucesso e êxito. Disponível em: <http://www.significados.com.br/spin-off/>. Acesso em 18/05/2015

A partir de então, o denominado “cinema comercial” e seus filmes têm parcela majoritária nas programações dos grandes complexos de exibição a que se tem acesso. Esse circuito comercial abre espaço muitas vezes para filmes de qualidade questionável pelos críticos e especialistas de cinema, mesmo que o nicho tenha um investimento de grandes produtores e distribuidores há décadas, dominando e inundando o mercado mundial cinematográfico.

O cinema alternativo, cinema de arte ou ainda *art house*<sup>3</sup>, por sua vez, é caracterizado por filmes que não tem a mesma visibilidade mercadológica que o cinema comercial, sendo este um meio “alternativo” aos produtos no que tange sua difusão e exibição e até mesmo caracterizado por obras, algumas vezes, de menor orçamento e aplicação em publicidade. Pode-se dizer que o cinema alternativo é aquele que não tem um espaço garantido na grande mídia e nos maiores complexos exibidores do país, já que não dispõe de uma verba alta para tal distribuição e exibição e, de alguma forma, não estará tão visível e pautado pela mídia de massa.

As obras do cinema de arte são caracterizadas por serem projetos produzidos na maioria das vezes com um grau estético mais elaborado, compromissado com a visão artística de seus diretores e por englobar um conteúdo e um estilo peculiares àquela escola a qual pertence ou conceitos defendidos pela estética adotada pelo cineasta responsável. Apesar de serem obras que se encaixam num estilo cinematográfico mais requintado, seu investimento não é mais alto que os filmes que alcançam postos no circuito comercial. Costuma-se trabalhar com atores menos conhecidos, equipe de produção mais modesta, não conta com grandes efeitos especiais e busca realizar suas tomadas explorando aspectos reais e ao mesmo tempo eficazes. Assim como existem cinemas ditos de arte, com autores consagrados que se destacaram ao longo do tempo por sua estética e elaboração fílmica diferenciada, que conseguem uma distribuição maior e satisfatória, existem também no circuito comercial, algumas vezes, obras que conseguem ser ousadas em termos estéticos e autorais. No entanto, em linhas gerais, a principal distinção está no orçamento geral e no seu caráter de difusão, pois o comercial é propagandeado e muito mais distribuído que os filmes de arte.

---

<sup>3</sup> *Art House* é um gênero que engloba filmes onde o conteúdo e estilo - muitas vezes artística ou experimental - aderem com tão pouco quanto possível compromisso com a visão artística pessoal dos cineastas. A narrativa é muitas vezes no estilo do realismo social com foco na contemplação de sua existência ou preocupações imediatas dos personagens.

Por fim, essa divisão tem caráter meramente mercadológico, se justificando a partir do seu investimento em publicidade e dos roteiros de exibição que seu orçamento pode levar.

Do ponto de vista da exibição, que é o objetivo final da cadeia cinematográfica, tanto as salas que fazem parte do circuito alternativo, quanto as que abrangem o circuito comercial – que nos complexos exibidores multiplex tem forte relação e influência das distribuidoras e produtoras hollywoodianas – precisam manter-se através da lucratividade de suas bilheterias, com exceção das salas públicas. As salas alternativas podem conseguir patrocínios por seu caráter artístico-cultural capazes de mantê-las viáveis economicamente, mas necessitam apresentar lucratividade para continuar a operar em bom estado. Já as salas do circuito comercial funcionam como um negócio de cunho capitalista e mercadológico, com pretensões claras de lucratividade. As salas do circuito alternativo podem estar tanto em cinemas tradicionais, conhecidos como “cinemas de rua”, quanto nos novos complexos exibidores situados em shoppings centers e espaços multiplexes de centros comerciais, no entanto, em uma de suas principais características

tais salas vêm como uma opção para um público mais intelectualizado ou de amantes do cinema, que não se satisfaz ou até reage ao circuito de filmes comerciais, predominantemente norte-americanos, ou ao ambiente e perfil consumistas dos multiplexes (...) costumam exibir selecionados e premiados filmes oriundos das mais diversas nacionalidades, muitos deles de produção independente. (MATTA, 2002, p. 4).

Embora tanto os filmes de caráter mercadológico quanto os filmes de arte encontrem acolhimento nas salas de cinema ditas alternativas, os complexos exibidores de circuito comercial ainda abarcam pouco as produções de filmes de arte ou de cinema independente, visto que as grandes empresas exibidoras do país, a partir da sua visão mercadológica, objetivam maior lucratividade que os *blockbusters*<sup>4</sup> oferecem. Desta forma, os cinemas comerciais acabam comprometidos com produções que sejam sucesso de bilheteria e lhes garantam bom retorno financeiro em detrimento dos filmes *art house*, fazendo com que os filmes comerciais dominem a programação das salas de exibição do Brasil. Em contrapartida, os filmes de arte encontram fôlego e compartilhamento nas salas alternativas de cinema, que junto a segmentos específicos da sociedade, como membros da comunidade acadêmica, amantes do cinema e arte em

---

<sup>4</sup> *Blockbuster* é uma palavra de origem inglesa que indica um filme (ou outra expressão artística) produzido de forma exímia, sendo popular para muitas pessoas e que pode obter elevado sucesso financeiro.

geral, perpetuam a necessidade destes espaços como âmbito de vivência e fruição cultural.

Em transversal a estes dois espaços de exibição existem as salas públicas de cinema, que, vinculadas a órgãos educativos e governamentais, não possuem o compromisso comercial de gerar receita a partir da bilheteria e da arrecadação – já que são subsidiadas e mantidas a partir do investimento do órgão público ao qual pertencem – além de funcionar como um espaço de difusão do cinema de arte. Hoje, na maioria desses espaços públicos, tem-se como prioritária a programação voltada ao cinema de arte, visto que, como os filmes de cunho comercial dominam as telas dos principais cinemas brasileiros, as salas públicas permanecem como uma saída ou um meio de educar o olhar da sociedade para novos estilos cinematográficos e filmes clássicos que não as produções hollywoodianas.

## **2.2 Contexto histórico-cultural**

Ao analisarmos a ambientação e espaço de veiculação do cinema alternativo em Salvador, é imprescindível nos debruçarmos sobre a história do cinema na capital soteropolitana e a chegada do cinema alternativo na convivência do público da cidade, com destaque para a figura de liderança cineclubista de Walter da Silveira. Este capítulo traz uma breve revisitação à história do cinema na capital da Bahia, com suas primeiras exibições – numa época em que sequer havia novas propriedades, linguagens e estéticas cinematográficas a serem definidas – e seus desdobramentos, como a proliferação e posterior escassez das salas de cinema. Isso precede a análise e apresentação do panorama atual no que diz respeito aos principais cinemas de rua que, de alguma forma, resistem como difusores ou exibidores do chamado cinema de arte: as salas do Circuito SaladeArte, o Cine Itaú Glauber Rocha e as salas públicas Alexandre Robatto e Walter da Silveira.

Após a invenção do cinematógrafo, a partir dos irmãos August e Louis Lumière, data-se de 28 de dezembro de 1895, no salão do Grand Café do Boulevard des Capucines, em Paris, as primeiras exibições cinematográficas da história do cinema, com cenas urbanas da cidade que resultaram em

produções de documentários incipientes e rudimentares, com cerca de dois minutos de projeção: as saídas dos operários da fábrica Lumière, o almoço de um bebê, cena de equitação, a Praça dos Franciscanos de Lyon, a chegada de um trem à estação, tão autênticos que os telespectadores comprimiram-se contra as paredes para vê-los. (LEAL e LEAL FILHO, 1997).

No entanto, dá-se o mérito a George Méliés pelo cinema como uma ferramenta de entretenimento, visto que foi o precursor de muitos efeitos e truques para compor o caráter de cinema como diversão junto ao público, tornando assim a sétima arte uma grande fonte de lazer contemporânea.

Já o cinema de arte tem seu surgimento atribuído ao ano 1904 por iniciativa dos irmãos Lafitte, com o objetivo de atrair ao cinema a classe dos intelectuais, através da produção de adaptações de obras literárias de autores renomados como Baudelaire, Émile Zola, Honoré de Balzac, Molière, Victor Hugo e Gustave Flaubert. Foi a partir de então que a invenção recente do cinema passou a se dividir entre os filmes de cunho comercial – esse mais identificado com as produções norte-americanas – e os filmes do “cinema de arte” – mais identificados com produções independentes de origem europeia, asiática, sul-americana e africana. Este cinema de arte criado teria um cunho, conforme artigo da Wikipedia<sup>5</sup>, de “experimentações estéticas de um cinema de vanguarda, em que predominam a reflexão em detrimento da ação”.

No Brasil, no entanto, a primeira exibição de cinema data de 8 de julho de 1896, no Rio de Janeiro. Em Salvador, ocorreu em 04 de dezembro de 1987, no Teatro Politeama. Sem espaços adequados ao aporte do cinema na capital baiana, as primeiras exibições ocorriam em teatros – o que exigia espaços maiores para acomodar o público – como o Teatro São João, localizado na Praça Castro Alves, e o Teatro *Politheama* Baiano. Foi então, através de Dionísio da Costa, como conta Setaro (2014) que o Teatro Politeama recebeu a primeira exibição de Salvador.

Estas primeiras exibições na capital baiana já continham o espírito de entretenimento, com projeções intercaladas a apresentações musicais – visto que o cinema ainda não era falado. Como relatam Leal e Leal Filho (1997)

durante a quase total obscuridade em que torna-se preciso ficar a sala, para o funcionamento do cinematógrafo, os espectadores estiveram de bom humor, acompanhando de modo cadenciado, ora com as bengalas e chapéu de sol, ora com palmas, os trechos da música que executava a orquestra, dando assim um certo tom de Café Concerto ao espetáculo. (LEAL E LEAL FILHO, 1997, p. 15).

Todas as primeiras experiências de exibição em Salvador tiveram um caráter transitório, tendo Dionísio Costa sido ajudado pelo pianista e comerciante Feliciano da

---

<sup>5</sup> Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Cinema\\_de\\_arte](http://pt.wikipedia.org/wiki/Cinema_de_arte). Acesso em 18 de maio de 2015

Ressurreição Batista nas primeiras sessões de cinematógrafo durante aquele mês de dezembro. O primeiro cinematógrafo instalado de fato num equipamento cultural da cidade ocorreu apenas em abril de 1898, no Teatro São João. Após a atitude vanguardista de Dionísio Costa, Setaro (2014) explica que foi “preciso esperar pelo Senhor Nicolas Parente, que instala outro aparelho de projeção cinematográfica numa casa assobradada da Rua Carlos Gomes, 26”. (Setaro, 2014, p. 21) Nicolas Parente foi também um dos pioneiros no que tange à exibição da sétima arte em seus primórdios na Bahia, mesmo trabalhando também em caráter esporádico, sem um espaço definido para projeções. Este panorama mudaria apenas após uma década, em 1909, quando é inaugurado o Cinema Bahia, localizado na Rua Chile, com espaço dedicado exclusivamente à projeção de filmes.

Com esse breve panorama sobre a chegada do cinema na Bahia, precisamos dar um salto para abordarmos o cinema de arte, destacando a grande figura contribuinte da introdução e difusão desta perspectiva cinematográfica na “cidade da Bahia”, o Senhor Walter da Silveira e o seu Clube de Cinema da Bahia.

Até início do século XX, o cinema italiano e o cinema francês eram os mais populares e poderosos do mundo, algo que foi comprometido após a Primeira Guerra Mundial, com o enfraquecimento da indústria europeia. A partir de então os EUA começaram a ganhar destaque no mundo do cinema, produzindo e importando diversos filmes. Foi num povoado chamado Hollywoodland que acharam as condições ideais para rodar e produzir seus filmes, já que a região contava quase sempre com dias ensolarados no ano e povos de muitas etnias, nascendo assim a “Meca do Cinema”. Foi lá que se consolidaram os mais importantes estúdios de cinema do mundo como a Fox, Universal, Paramount, 20th Century Fox (a partir de uma fusão com a antiga Fox), MGM e outros, que passaram a enxergar o cinema como negócio.

Hollywood se transformou, então, no mais importante centro da indústria cinematográfica do planeta e seus estúdios integraram os mais diversos diretores e atores num sistema que emprega estéticas, poder de comercialização e distribuição e ideologias típicas da Hollywoodland.

Dentro desse contexto, ao mesmo passo do cinema mundial, a Bahia na década de 1950 estava em conjuntura com o fôlego de desenvolvimento da política brasileira da época. Os cinemas lotavam de espectadores a fim de assistir às estreias de produções hollywoodianas e havia a promoção das ideologias norte-americanas representadas pelos seus vilões e mocinhos, divas da sétima arte e comediantes, que perpetuavam o que era chamado de *american way of life*, ou estilo de vida americano. Foi neste período

que surgiu o Clube de Cinema da Bahia, uma iniciativa liderada pelo cineclubista Walter da Silveira, que reuniu e foi fundamental para a nova geração de críticos, idealizadores e até mesmo entusiastas do cinema, influenciando diretamente o *boom* cinematográfico vivido na Bahia a partir de 1959.

O trabalho de Walter da Silveira foi pioneiro, pois a partir de sua movimentação com o Clube de Cinema da Bahia, Salvador teve contato com os primórdios do que hoje é reconhecido como cinema de arte ou cinema alternativo. De acordo com Setaro (2014)

é através da atividade cineclubista, na década de 50, que os baianos tomam conhecimento do neorealismo italiano, do expressionismo alemão, da escola soviética liderada por Sergei M. Eisenstein e Pudovkin e do realismo poético francês. (SETARO, 2014, p. 29)

Desconhecidos de outras cinematografias se não as produzidas nos Estados Unidos, o público baiano carecia de informações e produções vindas de fora deste eixo e é neste sentido a principal contribuição de Walter da Silveira, formando e informando um público, composto por personalidades que seriam vetor de transformação no panorama cultural baiano na época, como Glauber Rocha, Roberto Pires, Orlando Senna, José Umberto Dias, entre outras figuras representativas do movimento do Cinema Novo. Walter da Silveira já demonstrara preocupação em promover um movimento que contestasse de alguma forma a cinematografia vigente na época, como revelou em um de seus artigos, escrito ainda em 1949 questionando

por que, então, na Bahia não se organiza um clube de cinema? Se há cidade das importantes no Brasil que precise de um clube de cinema é essa. Isto porque, com o domínio do mais baixo mercenarismo nas casas de exibição, sucumbidas ao peso do imperialismo cinematográfico americano, raramente se projeta uma película que seja, em verdade, uma obra de arte. (SILVEIRA, 2006, P.164)

O Clube de Cinema da Bahia (CCB) foi então fundado no dia 27 de junho de 1950, no auditório da Secretaria de Educação do Estado, dando início às suas projeções e debates que seriam uma “janela de percepção da estética cinematográfica, influenciando, decisivamente, em muitos de seus frequentadores, que começam então a ter uma compreensão mais ampla da arte do filme”. (Setaro, 2014, p. 29). A importância deste Cineclube é destacável tanto na formação de plateias debatedoras e sedentas destas novas formas de ver o cinema, como por ser um centro de difusão da cultura da sétima arte, quando permite ao público enxergar o cinema a partir de sua contribuição social e estética através da expressão artística, não só atrelado à linguagem e discurso narrativo



produzido no cinema norte-americano, visto que o mercado cinematográfico da época era substancialmente dominado pelas produtoras aqui já citadas.

A movimentação proposta por Walter da Silveira com o Clube de Cinema da Bahia se dava através de projeções e debates nas manhãs de domingo, que lotavam o pequeno auditório e, segundo admite Silveira em relato, impressionado com tamanho êxito: “Sabíamos que nossa cidade poderia classificar-se entre as mais atrasadas cinematograficamente do mundo, desconhecendo, sobretudo o cinema europeu, mas não supúnhamos que tanta gente estivesse como nós a procura do tempo perdido”. (Setaro, 2014, p. 30).

O público logo adotou o CCB, fazendo dele parte do convívio social. Nas manhãs de domingo, o cineclubismo era formado por figuras de renome no eixo cultural da cidade como professores, estudantes universitários, escritores e artistas em geral, chegando a realizar um Festival Internacional de Curta-Metragem, em abril de 1951.

O Clube, sem lugar específico para funcionamento ao longo de sua existência, após seu início no auditório da Secretaria de Educação passa, nos anos 60, a funcionar nos sábados de manhã, no Cine Liceu; em 1965 passa a funcionar no Cine Guarany, também aos sábados; após a reforma do Cinema “Popular”, também no Centro, passa a utilizar a sala “inaugurando a programação em junho de 1967, com *Terra em Transe*, de Glauber Rocha, numa homenagem ao dileto cineclubista que atinge, então, dimensão internacional”. (Setaro, 2014, p. 31).

Em 1968, o CCB se transfere para a Reitoria da Universidade Federal da Bahia (UFBA), onde realiza o Curso Livre de Cinema em parceria com a instituição federal, com o qual, conforme Setaro (2014), se realiza o sonho de Walter da Silveira, que almejava oferecer um curso completo sobre a história e a estética do cinema.

A partir da contribuição de Walter da Silveira, Salvador passou a ter mais contato com os cinemas de arte, mas a massiva produção hollywoodiana se manteve como principal programação do circuito exibidor da cidade. A partir da segunda metade do século XX, a cidade sofreu uma decadência em seus cinemas de rua, principalmente por questões espaciais e urbanísticas frente ao forte desenvolvimento pelo qual o Brasil passava, e conseqüentemente a capital baiana.

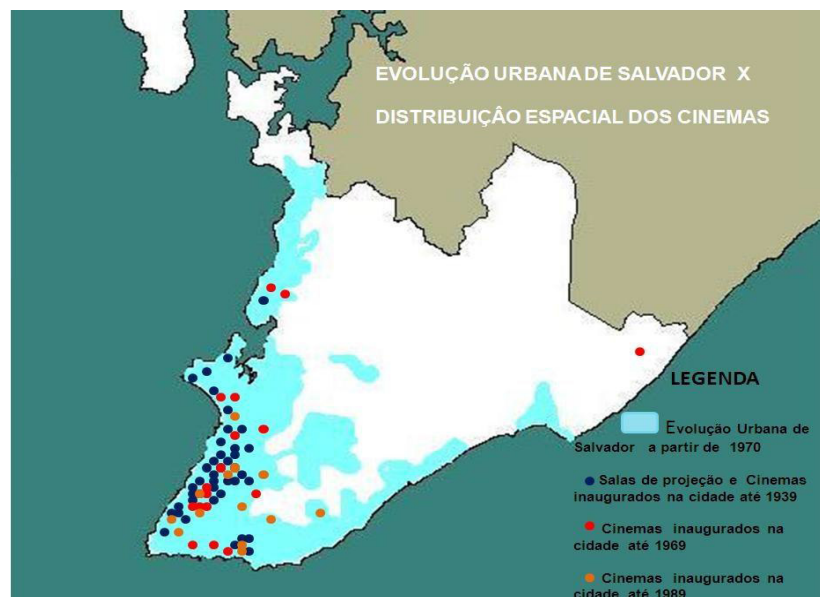
Até a década de 50, havia uma predominância de cinemas de bairro, sendo vinte cinemas em funcionamento no ano de 1959 (Carvalho, 2010), o que já configurava poucas oportunidades de lazer para uma cidade com cerca de quinhentos mil habitantes – ainda sem o advento da televisão, que viria a iniciar suas transmissões apenas na década seguinte. A partir da época, as salas de cinema passaram a se concentrar no

Centro de Salvador, onde haviam os melhores equipamentos para projeções cinematográficas e mantinham sua tradição, já que foi na região que se desenvolveu o cinema na cidade. No entanto, o crescimento da capital – mais precisamente a partir de 1968 – para a região hoje conhecida como Iguatemi, devido ao Shopping Center homônimo (mesmo com a mudança recente do nome para Shopping da Bahia, a região já se consolidou como Iguatemi), determinou um novo centro para a cidade, abarcando o interesse de investidores dentre outras adaptações urbanas de desenvolvimento. Foi na região que se deu a criação da Rodoviária da Cidade, da sede do Departamento Estadual de Trânsito da Bahia (DETRAN) e das Avenidas Antonio Carlos Magalhães e Tancredo Neves. Santos (2000) explica que

com este novo núcleo, o centro da cidade começou a perder importância econômica. E os cinemas acompanharam este processo. Cinemas da Baixa dos Sapateiros e alguns do centro passaram a exibir filmes pornográficos. Estas salas não mais conseguiam ser mantidas em nível satisfatório. A classe média passou, então, a frequentar os cinemas dos shopping centers da cidade, com todo conforto e segurança que eram oferecidos. (SANTOS, 2000, p. 34).

A figura 1 mostra como se deu a evolução espacial de Salvador a partir do seu desenvolvimento urbano com foco no vetor de crescimento ao norte da Cidade.

**Figura 1** – Evolução urbana de Salvador e localização dos cinemas até 1989.



Fonte: Almeida (2011, p.35)

A partir de então, os cinemas tradicionais perderam espaço para os cinemas multiplex e suas salas de tamanhos variados e espaços considerados seguros pela população frequentadora, por dividir ambientes fechados com grandes marcas

comerciais. Das principais salas de cinema da época que aqui foi rapidamente lembrada, podemos destacar, em atividade, apenas as salas do Cine Itaú Glauber Rocha (ex-Cine Guarany). As demais tiveram seus espaços transformados em Igrejas Evangélicas, lojas e outros aportes comerciais do centro, e a Cine Tupy, que com uma tela de proporções diferentes, côncava, fazia sucesso por ser inédito na cidade, hoje exibe diariamente dois filmes de sexo explícito.

Salvador possui atualmente 61 salas de cinema em atividade (excetuando as salas voltadas ao cinema pornográfico), sendo 53 delas em Shoppings Centers, o que demonstra como ao longo dos anos essa dinâmica comercial se tornou a favorita no consumo cultural do público. Dados do Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro em 2013<sup>6</sup> divulgados pela Agência Nacional de Cinema (Ancine) mostram que “o crescimento do parque exibidor brasileiro permanece atrelado ao da construção de shopping centers, onde estão localizadas 87,5% das salas de exibição do país”.

Dotadas maciçamente da programação do circuito comercial, essas salas pouco ou raramente oferecem opções de obras conceituadas pela crítica como filmes de arte ou cinema alternativo, tendo pautado incisivamente filmes nacionais da chamada “comédia besteirol” ou de linguagens estéticas e narrativas conhecidas como “mais do mesmo”. Além disso, as produções sempre presentes na história do cinema e caracterizadas por seu forte monopólio e domínio do processo de distribuição e exibição: as do cinema norte-americano.

Em contrapartida, alguns espaços ainda se permitem o papel de exibição e difusão de novas abordagens cinematográficas, tanto nacionais como de outros países que não tem o mesmo escoamento de produção que as produções hollywoodianas. Essas salas, conhecidas pelo seu caráter de sala de arte ou de “circuito alternativo de cinema”, são os objetos desta análise que tem como objetivo entender a percepção do público e dos gestores e programadores a respeito desta relação do cinema de arte com o consumo do soteropolitano.

As salas que permanecem em atividade são: Cine Itaú Gláuber Rocha, hoje gerido pelo cineasta e produtor cultural Cláudio Marques; Circuito SaladeArte, composto por quatro importantes espaços de exibição na capital – Salas de Arte Cine Vivo, no Shopping Paseo Itaigara, Cinema da UFBA, Cinema do Museu e Cine XIV –,

---

<sup>6</sup> Disponível em:

[http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/Anuario\\_Estatistico\\_do\\_Cinema\\_Brasileiro\\_2013.pdf](http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/Anuario_Estatistico_do_Cinema_Brasileiro_2013.pdf). Acesso em: 01 de Junho de 2015

gerido pelo produtor cultural Marcelo Sá e as salas públicas Walter da Silveira e Alexandre Robatto, geridas pela Diretoria de Audiovisual (DIMAS) da Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB), aqui analisadas com a colaboração do programador Adolfo Gomes. Conheceremos melhor as atividades de cada uma delas nos tópicos a seguir.

### **2.3 Cine Itaú Glauber Rocha**

O Cine Itaú Glauber Rocha é um dos cinemas de rua mais tradicionais de Salvador e hoje é o mais antigo ainda em atividade. Surgido no ano de 1919 como Cine Cursal, mudou no ano seguinte para o nome que lhe atribuiria maior identificação à época: Cine Teatro Guarany. No ano de 1949, fechou pela primeira vez, retornando em 1955 como Cine Teatro Guarani, trocando apenas a última letra do seu nome. Já no ano de 1981 virou Cine Glauber Rocha em homenagem ao cineasta destaque do movimento cinemanovista. Em 1998, a sala voltou a fechar, reabrindo dez anos depois como Espaço Unibanco de Cinema Glauber Rocha, por conta do patrocínio bancário que deu subsídio à reforma e reabertura, assumindo a gestão do complexo, que recentemente passou a se chamar “Espaço Itaú de Cinema Glauber Rocha”. A reabertura contou com o empenho do crítico, produtor e cineasta Cláudio Marques, atual gestor e principal programador do espaço.

Preocupado com a questão dos cinemas de rua na capital baiana que tem sido fechados e transformados em estabelecimentos comerciais, Cláudio Marques articulou junto aos exibidores de fora da cidade patrocínios e parcerias para o projeto que tinha como principal motivação a manutenção do cinema de arte na cidade, com políticas voltadas ao cinema nacional e independente, que não fosse só o circuito comercial a que já estava acostumado até mesmo na programação do Cinema Glauber Rocha. Além disso, o projeto tinha também como força motriz a revitalização da região do Centro Histórico, onde se encontra o Glauber Rocha e onde se concentraram, por um longo período, os principais cinemas de Salvador. A figura 2 mostra a atual fachada do cinema.

**Figura 2 – Fachada do Cine Itaú Glauber Rocha**



Fonte: Site Apontador

Hoje, o Cine Itaú Glauber Rocha funciona numa estrutura em cadeia, junto a todos os outros espaços de cinema geridos pelo banco Itaú. Sua administração é dividida parte entre a equipe local dirigida por Claudio Marques e parte pela gestão da sede, localizada em São Paulo, na qual ambos idealizam a programação. A programação do espaço, segundo Cláudio Marques em entrevista para elaboração deste trabalho, sempre tem no mínimo cinquenta por cento de cinema nacional e às vezes conseguem manter cem por cento com cinema brasileiro. Apesar disso, o gestor admite que para a saúde financeira do cinema, seria mais fácil colocar em cartaz apenas *blockbusters*, mesmo contra a sua vontade, pois sabe que o gênero atrai o público.

Segundo o gestor e programador do espaço, há uma vocação para o cinema nacional, priorizando sempre estas produções, além de filmes de outras nacionalidades, filmes de baixo orçamento ou componentes do cinema alternativo. No entanto, o espaço trabalha hoje como um complexo de cinemas, com espaço para o circuito comercial, visto que se faz necessário para a saúde financeira do projeto. Apesar disso, o Glauber Rocha é um dos espaços existentes em Salvador que ainda contempla um cinema a margem do circuito hollywoodiano, com produções independentes brasileiras e de outros países. Hoje, subsidiado pelo patrocínio do banco Itaú, o Glauber Rocha conta com quatro salas de cinema com capacidade total de 626 lugares, com políticas de acesso a deficientes, bilheteria informatizada e projetores de última geração, além de contar com um serviço de café e lanchonete em seu *foyer*, uma das tendências dos espaços resistentes do cinema de rua.

Como projeto de formação de plateia, o Cine Itaú Glauber Rocha trabalha com o “Clube do Professor”, uma sessão gratuita dos filmes que ainda entrarão em cartaz, sempre aos sábados, com foco nos professores para discutir e debater as obras e a fim de recomendá-los em sala de aula aos seus alunos. Além do Clube do Professor, Claudio Marques comanda o CineClube Glauber Rocha, com exibições e discussões de filmes e o projeto Panorama Coisas de Cinema, que leva os curta metragens do evento para exibição em colégios públicos de Salvador.

O Glauber Rocha tem uma localização privilegiada, na Praça Castro Alves, mas ainda assim sofre com as políticas do entorno. Ainda que esteja no Centro Histórico da cidade, lugar que abriga a Prefeitura Municipal de Salvador e a Câmara de Vereadores, dentre outros órgãos públicos, a região já não é tão frequentada como nos seus anos dourados. Para uma parte da população, o centro transmite a imagem de abandono e insegurança, o que se torna uma das principais dificuldades enfrentadas pela gestão de Cláudio Marques, que admite que as pessoas vivem amedrontadas na cidade, esta, cada vez mais violenta. O gestor acredita que é passada uma falsa sensação de segurança no interior dos shoppings centers, mas na realidade, a violência está em qualquer lugar, não sendo bairros como a Pituba mais seguros que o Centro Histórico da cidade.

#### **2.4 Circuito SaladeArte**

O Circuito SaladeArte surgiu da parceria entre um grupo de quatro sócios baianos: André Luiz Cavalcante Trajano, médico, nascido em Salvador; Ana Rita Ferreira, psicóloga, nascida em Salvador; Marcelo Hoog de Sá e Sebastião Gregório de Britto, produtores culturais, nascidos em Ilhéus. Entusiastas do cinema dito alternativo e filmes de arte, a primeira sala de cinema foi inaugurada em 07 de julho de 2000, no Clube Bahiano de Tênis, logo após o local já haver transformado seu auditório em cinema e teatro, o chamado Expresso Bahiano. A partir do sucesso e aceitação do público, logo veio o segundo investimento do grupo na região do Centro Histórico: a SaladeArte Cine XIV, aberta em 01 de Março de 2002. “Segundo André Trajano, a nova sala, em três meses de funcionamento, atingiu uma média de público de 400 pessoas. A mesma alcançada em cinco meses no Clube Bahiano de Tênis.” (Matta, 2003, p. 10)

A partir daí, os sócios chegaram a abrir salas de cinema no Museu Geológico, no Corredor da Vitória, na UFBA em parceria com a instituição, na Aliança Francesa, na Escola de Espanhol Caballeros de Santiago, no Rio Vermelho, no MAM (Museu de Arte Moderna) e por último no Shopping Paseo Itaipara. De todos esses investimentos, hoje

estão abertas apenas a Sala de Cinema da UFBA, o cinema do Museu e as salas do Paseo Itaipara. A Sala do Cine XIV encontra-se fechada para reforma e captação de patrocínio.

Compostas por diferentes cinemas de rua – a sua cobertura geográfica e abrangência em pontos distintos da capital foi pensada através das parcerias estabelecidas, tanto com o Shopping Paseo quanto com a Universidade Federal da Bahia e com o Governo do Estado –, o Circuito mantém quatro salas em funcionamento com média de 100 lugares, consideradas pequenas para o fluxo de público pretendido. No entanto, o movimento do Circuito SaladeArte é, desde o seu início, muito importante para o resgate e manutenção do fôlego do circuito alternativo na cidade de Salvador. Num momento em que várias salas estavam fechando, o grupo de sócios decidiu empreender em salas de cinema de arte, investindo a longo prazo num objeto cultural que não atrai tanto a visibilidade de aplicação e investimento de grandes companhias privadas como as salas de circuito comercial.

Recentemente, um dos sócios, Marcelo Sá, revelou a situação administrativa do Circuito SaladeArte, admitindo que as salas correm o risco de fechar em breve por conta da ausência de patrocínios. O gestor tem buscado articulações e patrocínios junto às empresas, mas tem encontrado dificuldade e a partir do primeiro semestre de 2015, passou a informar o público sobre a situação das salas do Circuito como forma de adquirir apoio dos consumidores do cinema de arte em Salvador e empresas do âmbito cultural, o que gerou um movimento nas redes sociais chamado “S.O.S Sala de Arte”.

A página do movimento no Facebook já reúne pouco mais de 9.000 curtidas e conta com postagens de declarações de várias personalidades do meio artístico e cultural baiano, também com teor de apelo e apoio à causa da resistência desses espaços como âmbito de diversidade e cultura. Na véspera de completar 15 anos de existência, o circuito de programação diferenciada corre o risco de fechar mais unidades por conta da falta de apoio e patrocínio. Além de perder o patrocínio da empresa de telefonia VIVO – parceira no subsídio do Circuito de cinema alternativo –, o SaladeArte precisou fechar o Cinema do Museu, no Corredor da Vitória, entre os dias 02 a 05 de Março de 2015, mas graças à tal movimentação o espaço foi reaberto no dia 06 a partir de um acordo entre a empresa Cinema e Arte, gestora do Circuito, e o Governo da Bahia, dono do imóvel.

A média de público do Circuito é de 2.500 pessoas por semana, o que, segundo Marcelo Sá<sup>7</sup>, não seria suficiente pra equilibrar a receita. Em meio a estes percalços, a

---

<sup>7</sup> Em entrevista cedida ao Jornal A Tarde. Disponível em: <http://atarde.uol.com.br/cinema/noticias/1662137-circuito-de-arte-fechara-tres-salas-por-falta-de-patrocinio>. Acesso em 24 de abril de 2015.

Sala da UFBA é a única que mantém certa tranquilidade em relação a seu funcionamento, visto que funciona através de um programa de extensão da Universidade e mantém o seu apoio público dividindo o espaço com as atividades acadêmicas.

#### 2.4.1 Cine Paseo

Denominada “Sala de Arte Cine VIVO”, por conta da antiga parceria com a empresa de telefonia, o espaço possui duas salas com sistema de som moderno e projetor digital, além de abrigar um espaço de café e galeria de arte, localizados no Shopping Paseo Itaigara. O espaço pode ser verificado através da figura 3, que mostra a fachada do cinema.

**Figura 3** – Fachada da Sala de Arte do Shopping Paseo Itaigara



Fonte: Site do Shopping Paseo Itaigara ([http://www.paseoitaigara.com.br/cinema\\_sobre.cfm](http://www.paseoitaigara.com.br/cinema_sobre.cfm))

Inauguradas em 02 de Setembro de 2009, as salas 01 e 02, com 114 e 60 lugares respectivamente, trabalham com a mesma configuração das demais salas do Circuito, incluindo em sua programação filmes do circuito internacional e nacional de todos os gêneros, com ênfase à exibição dos longas-metragens brasileiros e internacionais independentes. Hoje o Circuito não conta mais com a fonte de financiamento para manutenção das Salas, sendo patrocinadas pela VIVO até outubro de 2013. Em fevereiro de 2015, foi noticiado por sua administração que o local só tem garantia de funcionamento por mais seis meses, caso não assegure novo apoio financeiro para arcar



com o aluguel do espaço. Segundo a antiga apoiadora do projeto<sup>8</sup>, a parceria foi desfeita por que a empresa decidiu adotar “novos formatos de apoio à arte e à cultura”, mantendo “uma parceria com a rede Cinemark, com o programa Vivo Valoriza, que dá desconto em ingressos para todos os clientes”.

#### 2.4.2 Cinema da UFBA

A Sala de Arte da UFBA é fruto de uma parceria entre a instituição e o Grupo SaladeArte, além de apoio da Ancine desde 2007, contemplando a comunidade acadêmica e moradores do entorno. Localizado no Vale do Canela, o cinema se tornou ao longo do tempo, assim como as demais salas do Circuito, um espaço de encontros e trocas culturais. Também dotada de um Café, a Sala atua com uma política de preços especiais para os estudantes e mantém sua programação de filmes alternativos e de arte, com divulgação do cinema nacional dividindo espaço com as produções audiovisuais e atividades da própria UFBA. Ela é, das salas abertas pelo grupo, a mais duradoura até então. Sua entrada pode ser vista na figura 4.

**Figura 4** – Fachada do Cinema da UFBA



Fonte: Site Cultura Digital (<http://culturadigital.br/cinemasemrede>)

---

<sup>8</sup> Disponível em: <http://atarde.uol.com.br/cinema/noticias/1662137-circuito-de-arte-fechara-tres-salas-por-falta-de-patrocinio>. Acesso em 13/05/2015

### 2.4.3 Cinema do Museu

O espaço Cinema do Museu funciona no Museu Geológico da Bahia, localizado no Corredor da Vitória e dispõe de 125 lugares para quem deseja assistir à projeção de filmes educativos ou a realização de eventos científicos e culturais. O auditório, inaugurado em 1985, abriga, desde 1996, o Cinema do Museu – uma das salas de projeção de filmes de arte de Salvador. Com o investimento do Circuito Sala de Arte, a parceria veio a calhar. Das salas de arte em funcionamento geridas pelo Circuito SaladeArte, o Cinema do Museu é um dos mais populares e bem localizados. A figura 5 ilustra o interior do cinema do Museu.

**Figura 5** – Espaço interno do Cinema do Museu



Fonte: Site Roteiro Alternativo (<https://roteiroalternativosalvador.wordpress.com/sala-de-arte-do-museu>)

### 2.4.4 Cine XIV

Um dos componentes do circuito SaladeArte, o Cine XIV foi o segundo investimento do grupo de sócios, sendo aberto em 01 de Março de 2002 após a boa repercussão do primeiro empreendimento, no Clube Bahiano de Tênis. Com um investimento de cerca de R\$ 160.000,00 (cento e sessenta mil reais), o Cine XIV foi aberto no Pelourinho, próximo à Praça das Artes, atingindo uma média de público de 400 pessoas em apenas três meses de funcionamento, uma meta alcançada pela primeira sala, Sala de Arte – Bahiano, em cinco meses. Com apenas 100 lugares, a sala já foi espaço para a programação diferenciada que marca o trabalho do grupo SaladeArte,

mantendo filmografias que fugiam do circuito comercial, com filmes europeus, orientais e nacionais independentes preenchendo a grade. O espaço possui a facilidade do estacionamento próximo, em convênio com a empresa Well Park. A sala, que ilustra a figura 6, no entanto, está fechada desde 2014 para reforma e captação de patrocínio e, segundo o gestor Marcelo Sá, não tem prazo previsto para reabertura.

**Figura 6** – Fachada do Cine XIV, no Pelourinho



Fonte: Uol Cinema (<http://www.cinema.uol.com.br>)

## **2.5 Salas Walter da Silveira e Alexandre Robatto**

A Sala Walter da Silveira foi a primeira sala de exibição a se consolidar como um espaço de cinema alternativo em Salvador. Funcionando inicialmente no auditório da Biblioteca Pública do Estado da Bahia, em 1980, passou a ser chamado Cinema de Arte da Bahia, quando projetava diversas mostras com obras clássicas e de diferentes nacionalidades. O espaço foi reformado em 22 de julho de 1986, sendo inaugurada a Sala Walter da Silveira, em homenagem à personalidade homônima, figura de caráter reconhecível para o cinema de arte na capital baiana, conforme já relatado aqui.

O funcionamento da sala segue uma tendência já arraigada na sua construção e identidade como sala de arte, com programação alterada semanalmente, contando com uma média de dois filmes por dia. O espaço enfatiza a divulgação do cinema baiano, além de exibição de curtas metragens, documentários, clássicos e produções independentes que não alçam destaque no circuito convencional ou sequer entram em sua programação.

A sala tem capacidade total para 200 pessoas, e ainda acolhe grandes mostras e festivais do cenário audiovisual nacional e baiano. Além de seu destaque na formação do cineclubismo na Bahia, também é responsável pela geração de críticos e cinéfilos, pois a partir dela – num panorama mais contemporâneo –, esta geração teve acesso aos filmes de outras nacionalidades e de produções independentes. Escolas e estéticas diferenciadas como a russa, o expressionismo alemão, o cinema novo brasileiro, a *nouvelle vague* francesa e mostras de exposições de grandes cineastas, ainda hoje são contempladas na curadoria e programação de Adolfo Gomes, um dos entrevistados durante a elaboração desta pesquisa.

Além do Walter da Silveira, outros espaços deram vez ao cinema alternativo em Salvador nos últimos 40 anos, como o Cine Rio Vermelho, o Teatro do ICBA, o Teatro Maria Bethânia e o já citado Bahiano de Tênis, quando cedeu seu auditório para realização de exposições, o chamado Expresso Bahiano. No entanto, a sala Walter da Silveira, como comenta Adalberto Meirelles em texto no blog Caderno de Cinema<sup>9</sup>, era para onde “corriam todos os grandes filmes que o circuito comercial não conseguia segurar por mais de uma semana ou que se recusava a exhibir, por considerá-los difíceis.” O autor lembra ainda que

com o fechamento da Biblioteca Pública para reforma, em 1996, o cinema alternativo foi transferido, com sucesso, para o Cinema do Museu, retornando depois para os Barris, onde encontrou público em curva ascendente até atingir o clímax com Buena Vista Social Club, filme de Wim Wenders que ficou quase um ano em cartaz na Sala Walter da Silveira e foi um dos maiores sucessos do cinema alternativo no país.

Junto ao complexo da DIMAS, funciona hoje no *foyer* do cinema o Café da Walter, aberto em 2011 e, após período sem funcionamento, reativado em 2013. Seguindo a tendência atual dos remanescentes cinemas de rua, com espaços de convivência, café e lanchonete, o Café da Walter segue programação independente e abriga em seu *foyer* galerias e exposições de artistas plásticos, e chegou a apresentar uma frequência de público total de 4.900 pessoas nas atividades em 2014. Hoje, a Sala Walter da Silveira sofre com os recentes fatores que aqui debatemos, muito além do aporte público e governamental pelo qual está subsidiado, mas pela baixa frequência de público e interesse em sua programação diferenciada. A atual fachada da sala pode ser vista na figura 7.

---

<sup>9</sup> Disponível em: <http://cadernodecinema.com.br/blog/sala-walter-da-silveira>. Acesso em 2 de junho de 2015

**Figura 7** – Fachada da Sala Walter da Silveira



Fonte: Site Apontador ([http://www.apontador.com.br/local/ba/salvador/arte\\_e\\_cultura](http://www.apontador.com.br/local/ba/salvador/arte_e_cultura))

No subsolo da Biblioteca Pública dos Barris funciona, ao lado da Walter da Silveira, a sala Alexandre Robatto – batizada em homenagem ao dentista pioneiro do cinema baiano. Voltada para exibição de vídeos e atividades de formação na área do audiovisual, assim como eventos institucionais, palestras, cursos e seminários, a sala tem capacidade total de 65 lugares e o seu interior pode ser visto na figura 8.

**Figura 8** – Interior da Sala Alexandre Robatto



Fonte: Blog Barris cultural ([barriscultural.wordpress.com](http://barriscultural.wordpress.com))

As Salas Walter da Silveira e Alexandre Robatto são salas públicas geridas pela Dimas e, portanto, subsidiadas pela Secretária de Cultura do Estado da Bahia, não tendo objetivos mercadológicos e compromissos com arrecadação. Cobram apenas valores simbólicos em determinadas mostras, mantendo grande parte de suas exposições gratuitas.

As salas, desde suas criações, têm como objetivo difundir a cinematografia baiana, de filmes de arte nacionais e de outros países que não entram em cartaz no cinema convencional, com o intuito de educar o olhar do público para além do que é oferecido no circuito comercial. Em alguns momentos, porém, não se deixa de abrir espaço para aquilo que atrai o público, como tem feito recentemente em mostras especiais de clássicos e filmes norte-americanos. A programação das salas, segundo Adolfo Gomes, é pensada para valorizar a produção baiana, brasileira e aquela que não chega ao circuito comercial. A lógica é inversa à do circuito comercial, pois coloca a difusão e a diversidade acima dos interesses de rentabilidade.

Com o subsídio garantido, esses espaços não têm a mesma pressão comercial dos espaços multiplex ou outros cinemas de rua – como é o caso do Glauber Rocha – de apresentar resultados e amparar parte de sua manutenção e funcionamento a partir do que a bilheteria arrecada. Desse modo, podem manter seu caráter educador e cultural, voltados unicamente à difusão de cinematografias diferentes das convencionais e preservar sua política independente do número de pessoas que os prestigiem. No entanto, ainda hoje as salas sofrem com marcas dos anos de descaso e desinteresse por parte do poder público em investir em estrutura. O gestor Cláudio Marques revelou, em entrevista para elaboração deste trabalho, que os equipamentos funcionavam muito bem até o final dos anos 90 e contavam com grande público, mas por falta de investimento e pouca facilitação na relação com as distribuidoras de filmes, se chegou ao quadro atual. Marques ressalta ainda que só não chegou a fechar porque em algum momento fizeram um movimento para a manutenção.

É pertinente afirmar que, independente da administração pública que lhes gere, as salas passam por um problema comum aos espaços de fruição do cinema de arte em Salvador: a questão do público, sobre a qual nos debruçaremos no capítulo a seguir.

### 3. O PÚBLICO E O CINEMA ALTERNATIVO EM SALVADOR

Para entendermos o declínio das salas alternativas no contexto cultural da cidade e os fatores que causam a queda de público<sup>10</sup> ou o possível desinteresse nestes espaços, é necessário analisarmos as motivações e circunstâncias que envolvem os aspectos social e cultural. Para isso, utilizaremos o conceito de *habitus* proposto pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu em seu texto “Gostos de Classe e Estilos de Vida”. Para Bourdieu (1976), para cada posição social há um gosto possível e este gosto não é uma aleatoriedade incontrolável, nem autodeterminação, mas relacionado às imposições e aos imperativos da vida em sociedade e suas instituições como família e escola. Além de Bourdieu, suscitamos os conceitos de consumo e públicos de cultura, propostos por Canclini (1999) e Coelho (1997) respectivamente, a fim de ter visões como ponto de partida para o debate aqui proposto.

Para além da teoria, buscamos entender a dinâmica da relação do público com o cinema de arte através dos números recentes de consumo cultural a exemplo de resultados obtidos pelo Panorama Setorial de Cultura 2013-2014<sup>11</sup>, organizado pelo Ministério da Cultura em parceria com a Vale, pela Pesquisa Públicos de Cultura<sup>12</sup>, dirigida pelo Sesc junto à Fundação Perseu Abramo, relacionando-os com a cobertura midiática dada ao caso do Circuito Sala de Arte – quando se anunciou o possível fechamento das salas em 2015.

A partir disso, analisaremos outros fatores que contribuem para a ausência de público suficiente para manutenção dessas salas, como os novos atributos tecnológicos de consumo do universo audiovisual, no intuito de traçar um panorama e mover reflexões a cerca do futuro do cinema de arte em Salvador em seus processos de adaptação, permanência ou fim.

#### 3.1 Públicos de cultura e consumo cultural

A participação da sociedade soteropolitana - no recorte que abriga o cinema de arte - como público de cultura, perpassa pelo conceito de Coelho (1997), para quem o

---

<sup>10</sup> Informação divulgada pela imprensa local. Disponível em <http://varelanoticias.com.br/dias-contados-com-pouco-publico-circuito-de-cinema-sala-de-arte-pode-estar-chegando-ao-fim/>. Acesso em 3 de maio de 2015

<sup>11</sup> A pesquisa pode ser verificada em: <http://panoramadacultura.com.br/edicao/2013-2014/>. Acesso em 5 de maio de 2015

<sup>12</sup> Disponível em: [http://www.fpabramo.org.br/pesquisasfpa/wp-content/uploads/2014/04/FPA\\_Pesquisa\\_PublCultura.pdf](http://www.fpabramo.org.br/pesquisasfpa/wp-content/uploads/2014/04/FPA_Pesquisa_PublCultura.pdf). Acesso em 5 de maio de 2015

termo “costuma designar o conjunto simples, físico, de pessoas” (Coelho, 1997, p. 321) que exerçam ou pratiquem alguma atividade cultural. No entanto, esse conceito vago permanece caracterizando o público de cultura como algo pouco conhecido, pois até então estuda o público como consumidor das ofertas culturais não se voltando aos fatores que tornam possível esse consumo cultural e a interação entre o público e o produto de arte estudado. Além do simples conceito de público de cultura, Coelho (1997) amplia o que chamam de “público de arte” e traz a noção de “públicos de arte”, pluralizando os aspectos engendrados em cada arte e seu público específico, que

sob este ângulo, remete ao conjunto de pessoas que não apenas praticam uma atividade determinada mas diante dela assumem um mesmo tipo de comportamento, sobre ela expressam opiniões e juízos de valor consideravelmente convergentes e dela extraem sensações e sentimentos análogos. (COELHO, 1997)

Para o autor é necessário que haja o compartilhamento de sentimentos para fruição de determinado produto cultural, pois quando o público partilha os significados expressos em determinada arte, tem seus entendimentos e absorções particularizadas e traduzem entre si as linguagens e semânticas ali representadas. A respeito do cinema de arte, o autor menciona algo que se relaciona diretamente com o que presenciamos ao estudarmos o público das salas de arte de Salvador e que elucidada a questão da quantidade de público que observamos hoje, quando afirma que para compartilhar a fruição de um filme de arte as pessoas

devem ter em princípio a mesma competência artística, a mesma disposição estética, a mesma atitude geral (mais ou menos a mesma frequência de ida ao cinema, mais ou menos o mesmo entendimento do que seja cinema, etc.). (COELHO, 1997)

Se, neste aspecto, fazem-se necessárias as mesmas competências e atitudes em geral, identificamos aqui um aspecto que caracteriza a política pública de cultura no Brasil, ainda desigual no que diz respeito à educação cultural e formação de público para fruição desse tipo de arte. Para Mantecón (2009), as pesquisas de consumos culturais revelam primeiramente a desigualdade no acesso. “Aqueles que conseguem chegar e se constituir em seus públicos são os vencedores de uma longa corrida de obstáculos”. (Mantecón 2009, p. 184). Isto fica bem claro quando se recorre ao mapa de distribuição dos cinemas de arte em funcionamento na cidade, que mostra todos voltados ao centro, dificultando bastante o acesso dos moradores de bairros periféricos.

O público também é definido como possuidor de um papel chave para a prática de consumo cultural de determinada oferta, e é formado a partir de diversos fatores, sendo



influenciado diretamente por agentes como a família, a escola, os meios de comunicação e outras ferramentas de mediação cultural, que tem o poder tanto de atrair quanto de distanciar a sociedade pra determinado consumo cultural.

Para o trabalhador soteropolitano se aproximar do cinema de arte, é necessário, antes de tudo, o romper de diversas barreiras socioculturais pré estabelecidas, como a distância geográfica – relatada acima e que de alguma forma já é uma barreira física e geográfica para os que desejam ver ali uma zona de pertencimento -, a barreira do consumo estabelecido ao longo do seu *capital cultural* e demais barreiras simbólicas do que sempre foi tratado como atividade intelectual e elitista ao longo da formação histórica. De acordo com Mantecón (2009)

trata-se de uma distância social que jamais lhes permitirá não só entrar nestes locais, mas sequer concebê-los como parte da sua experiência cotidiana possível; já que sua formação básica semeou neles a ideia de que a cultura e, em grande medida, a arte, são bens que só podem ser desfrutados quando se alcança um status econômico superior. Essa distância social tem uma clara marca de classe. (MANTECÓN, 2009, p.188).

Segundo Canclini (1999), o consumo é um “conjunto de processos sociais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos” (Canclini, 1999, p. 77). Neste caso, o consumidor de artes necessita diretamente da experiência estética da obra de arte para que haja essa apropriação, o que seria possível através da criação das condições sociais de acesso e distribuição ampla dos bens culturais, assim como garantir o poder econômico para tal. É preciso que se busque a base da democratização, principalmente no que diz respeito à criação de uma educação cultural, com foco na educação pública. Faz-se necessária ainda a empatia e o reconhecimento da arte ali representada, mas isso não é possível se o produto cultural não alcançar espaço na formação do seu público, se não lhe atrair da mesma forma que espaços de consumo convencional, a exemplo dos multiplex.

Para entender as motivações do público e sua relação específica com o cinema de arte de Salvador e suas particularidades, partimos das notícias veiculadas pela imprensa local durante os meses de fevereiro e março de 2015 e consultamos os conceitos de capital cultural e *habitus* propostos pelo sociólogo francês Bourdieu (1983), como veremos no tópico a seguir.

### 3.2 O público e as salas de arte

Como já pincelado no capítulo de apresentação das salas, foi noticiada pela mídia durante os meses de fevereiro e março de 2015 a possível “crise” de público e patrocínio vivenciada pela gestão do Circuito Sala de Arte. Tanto periódicos locais como A Tarde, Correio da Bahia, Tribuna da Bahia e sites como iBahia, quanto portais de alcance nacional como o Folha de São Paulo<sup>13</sup> repercutiram a crise de patrocínio sofrida pelo grupo Sala de Arte em Salvador, podendo encerrar as atividades do Cinema do Museu e Shopping Paseo.

Com dívida junto ao condomínio do Shopping Paseo Itaigara e sem poder pagar o aluguel do espaço que pertence ao Governo do Estado no Museu Geológico, as salas entraram no grupo não tão seletivo de equipamentos culturais que sofrem com a falta de patrocínio e encerram suas atividades. Com a desistência da última empresa parceira do projeto nota-se a perpetuação de um modelo de investimento em cultura já conhecido, no qual a empresa elege o produto cultural que lhe oferece maior retorno financeiro para aplicar seu investimento. Isso leva as companhias que detêm capital e boa-vontade a patrocinar produtos já contemplados e perpetuados pelo mercado desde sempre, como é o caso do cinema comercial, novo foco de atuação da Telefônica VIVO.

Segundo o gestor do Circuito Sala de Arte, Marcelo Sá, o público frequentador das salas é de duas a três mil pessoas por semana, o que não é suficiente para a manutenção do negócio e cobrir todos os gastos mensais, alugueis dos espaços e folha de pagamento de seus funcionários. Para este fim, o gestor tem feito o papel de captador e buscado “de porta em porta” empresas e companhias que estejam dispostas a investir no cinema de arte em Salvador. Após a iniciativa, contou com o apoio e mobilização de diversas personalidades do meio artístico soteropolitano e baiano via redes sociais, além de reuniões com o novo secretário de cultura do Estado, o professor Jorge Portugal.

No entanto, é necessário perceber que problemas de manutenção de um espaço cultural são recorrentes na história de Salvador, e toda permanência é marcada por desafios de gestão e patrocínio, tornando-se uma verdadeira luta de sobrevivência. Nesse processo, às vezes se torna válido “apelar” para outros produtos culturais que possam atrair o público que não se interessa diretamente pela programação vigente, como os *blockbusters*, que na percepção dos gestores funcionam como “isca” para atrair a massa a frequentar os espaços, conhecendo e se interessando pelos filmes de arte.

---

<sup>13</sup> Matéria da Folha disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/03/1599763-mobilizacao-de-cinefilos-ajuda-a-reabrir-cinema-em-salvador.shtml> Acesso em 2 de maio de 2015

Hoje, espaços como o Circuito Sala de Arte e as Salas Walter da Silveira e Alexandre Robatto já abrem suas telas para além das obras de Godard, Fellini e Orson Welles, abarcando filmes como “Cinquenta Tons de Cinza” e “Os Vingadores”.

A relação do espaço de cinema de arte com o público é norteadada por diversos fatores, como a concorrência com os espaços de cinema comercial e os shoppings centers. Com a inauguração do Shopping Center Iguatemi, atual Shopping da Bahia, em 1976, chegou a Salvador a primeira sala de cinema situada num shopping. Desde então, ART, Orient Filmes, Cinemark, Cinépolis e outras companhias instalaram seus espaços multiplexes na capital baiana com propostas de segurança, comodidade, e atualmente, novos aparatos sensoriais e motores.

Salvador é uma capital multicultural e possui diversas opções de lazer e entretenimento, no entanto, é notável a força que os espaços multiplex possuem quando decidimos frequentá-los num feriado ou fim de semana. Filas para pipoca, filas para a bilheteria, filas para adentrar as salas. Estes fenômenos em sua maioria são derivados das produções hollywoodianas do momento, os famosos *blockbusters*, que segundo Matta (2004),

são os filmes com nível de orçamento mais alto em todo o mundo, tanto em produção, quanto em logística e marketing. Mesclam formatos narrativos, técnicos e mercadológicos já testados e que obtiveram grande faturamento e prestígio junto ao público. Tais produções se focam em platéias jovens de até cerca de 30 anos<sup>31</sup>. A realização de *blockbusters* se constitui numa das principais estratégias de sustentação da hegemonia das majors e de Hollywood desde os anos setenta. (MATTA, 2004, p. 84)

Efeitos visuais, estrelas do momento e uma receita que se consolidou ao longo das décadas fazem desse tipo de cinema o mais acessado não somente em Salvador, mas em todo o Brasil. De acordo com a pesquisa recente do Panorama Setorial de Cultura 2013-2014<sup>14</sup> fora de casa, a prática de ir ao cinema é a atividade de que as pessoas mais gostam, perdendo apenas para atividades religiosas. No entanto, a mesma pesquisa mostra que, dos gêneros mais assistidos no cinema no último biênio, o denominado “filme de arte” aparece em última posição, tendo a preferência de apenas 1% dos entrevistados, como mostra a figura 9.

### **Figura 9 – Gêneros mais assistidos**

---

<sup>14</sup> Informação disponível na página 61 da pesquisa.



Fonte: pesquisa PSCB 2013-2014/Base específica 611 – Respondentes que vão ao cinema – Respostas múltiplas

Fonte: Panorama Setorial de Cultura Brasileira 2013-2014

Outro levantamento recente, a pesquisa “Públicos de Cultura” realizada pelo SESC em parceria com a Fundação Perseu Abramo, constatou que os principais locais visitados para uma atividade cultural nos fins de semana são os shoppings, cinemas, parques, igrejas, teatros e restaurantes. Sobre as atividades culturais da população brasileira, a pesquisa constatou que 60% exerce atividades culturais nos fins de semana e 50% nos dias da semana, estando entre os locais escolhidos para tais atividades, o cinema, o teatro, os parques e praças e o Shopping Center.

No entanto, questionamos “como isso explica a frequência maior em cinemas comerciais em detrimento aos filmes de arte?”, “porque tal preferência não se estende ao cinema alternativo?” Para obter as respostas avaliaremos o fenômeno sob a ótica das teorias de capital cultural e *habitus* propostas por Bourdieu (1983), em “Gostos de Classe e Estilos de vida”. Na obra o autor tenta aplicar sua interpretação sociológica ao analisar os gostos, quando afirma que para cada posição social há um gosto possível e este gosto não é uma aleatoriedade nem autodeterminação, mas vinculado às imposições imperativas da vida social.

Para Bourdieu (1983), as condições de existência de cada indivíduo assim como sua posição dentro de uma determinada estrutura socioeconômica é o que define o seu estilo de vida ou suas práticas. No entanto, alega que esta prática não é livre nem autodeterminante, mas gerida pelo que chama de *habitus*, um “sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, apreciações e ações”. (Bourdieu, 1983, p. 82) Esse *habitus* seria, então, um sistema de disposições incorporadas socialmente por cada agente social, nas quais as práticas não são meramente criações individuais, mas socialmente construídas e interiorizadas pelos indivíduos. Bourdieu (1983) apresenta as

formas de apreender o mundo explicando que esse *habitus* está arraigado nas diferenças de posicionamento político, de fruição de produtos culturais diversos e de comportamento diante deles, presente nas diferentes camadas sociais.

Outro conceito adotado pelo sociólogo francês é o de *capital cultural*, expressão utilizada para analisar situações de classes da sociedade além do capital econômico e social. O capital cultural é toda a bagagem que construímos ao longo das nossas vidas influenciados pelas instituições formadoras como família e escola e, a partir disto, iniciam-se as diferenças de *habitus*. Não podemos exigir públicos nas salas de arte se não há um hábito cultural advindo das bases de formação do indivíduo social. O público frequentador das salas de arte é formado por estudantes universitários, formadores de opinião, agentes e consumidores de produtos culturais, logo, atrelados a uma história de maior acúmulo de capital cultural. No entanto, numa sociedade de classes e claramente hierarquizada como a nossa, poucos conseguem ter acesso a esse maior entendimento estético fruto do capital cultural. Estes são os que percebem os bens culturais de forma legítima, os percebem como função e apreendem cada obra de arte relacionando-os com seus conhecimentos estéticos, ao contrário das camadas com menos capital intelectual, que percebem a arte como função ao invés de apreciar sua aura<sup>15</sup>.

As gerações posteriores a essa herdaram ou se apropriaram do capital através da convivência mais precoce, aprendida cotidiana e naturalmente em sua forma legítima, conhecendo a arte até que lhe parecesse comum assistir ao “Anjo Exterminador” de Buñuel da mesma forma que um indivíduo de menor capital cultural assiste aos filmes exibidos na “Sessão da Tarde”. A pesquisa de Bourdieu (1983) revela que essas classes menos abastadas, identificadas por ele como operários, não gostam da arte mais “difícil”, que lhe exigem maior reflexão, fator que podemos remeter ao cotidiano soteropolitano e brasileiro, onde festas de camisa e espetáculos de *stand-up comedy* lotam enquanto mostras de cinema de arte e espetáculos mais intimistas e reflexivos são pouco ou nunca frequentados.

A apreensão da arte é para Bourdieu (1983) uma forma de dominação, mas no campo do simbólico, onde os intelectuais dominam por deterem a competência cultural de conhecimento de determinado bem ou objeto, sabendo o que é certo e errado e tendo poder de julgamento e crítica de uma maneira quase sobrenatural, o que intimida o

---

<sup>15</sup> De acordo com a Wikipedia, aura é um termo apropriado por Walter Benjamin em seu ensaio "A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica", que teve sua primeira versão publicada no ano de 1936. O conceito foi utilizado para designar os elementos únicos de uma obra de arte original. Para o autor, a aura está relacionada a autenticidade; a existência única de uma obra de arte. Portanto, ela não existe em uma reprodução. Está ligada a ideia religiosa de aura, dando à obra de arte um caráter de objeto a ser cultuado.

público em potencial. Ao serem questionados, podem citar nomes de diretores, dos responsáveis pela fotografia da película e pela trilha sonora com uma propriedade incrível, mas ao serem questionados sobre o porquê do gosto proeminente ao cinema de arte, não sabem definir e oferecem uma resposta vazia. Dessa forma, a classe “operária” por assim dizer, tende à humildade e sentimento de fragilidade e incapacidade para acessar a esse tipo de arte, o que Bourdieu (1983) exemplifica ao tratar da “boa vontade cultural”, que segundo ele

se exprime, entre outras coisas, por uma escolha particularmente freqüente dos mais incondicionais testemunhos da docilidade cultural (escolha de amigos "que têm educação", gosto pelos espetáculos "educativos" ou "instrutivos") freqüentemente acompanhados de um sentimento de indignidade ou de demissão ("a pintura é bonita, mas é difícil" etc.). (BOURDIEU, 1983, p. 110)

Esta boa vontade cultural tem mais a ver com o não reconhecimento e apropriação de determinadas práticas culturais. Apesar de admitir sua existência, os representantes dessas classes justificam que “Almodóvar é bom”, ainda que não saibam explicar porque Almodóvar é bom, fruto apenas da forma legítima de se julgar a arte sem entender profundamente a motivação.

A questão do gosto discutida pelo sociólogo francês vai de encontro ao dito popular que afirma que “gosto não se discute”. Segundo o autor, o gosto e as práticas culturais de cada indivíduo são frutos das condições específicas de socialização e das trajetórias vividas por cada um, determinada, em grande parte, pela formação educativa, ambiente familiar e escolar e não pela sensibilidade inata dos agentes sociais.

Para Bourdieu (1983), o gosto cultural é adquirível e resultado de oportunidades sociais distintas e diferenças nas origens pessoais. O que cada um traz incorporado ao seu capital cultural é fruto de formações diferentes, como já relatamos aqui e podemos correlacionar como uma motivação para o crescente interesse em formação de plateia por parte dos agentes e mediadores culturais soteropolitanos junto aos colégios de ensino primário público, “atacando” na base.

Outro fator que podemos suscitar e que Bourdieu (1983) também aborda são as prioridades das classes populares em relação às classes média e alta,

onde as classes populares, reduzidas aos bens e às virtudes de "primeira necessidade", reivindicam a limpeza e a comodidade, as classes médias, já mais liberadas da urgência, desejam um interior quente, íntimo, confortável ou cuidado, ou um vestuário na moda e original. (BOURDIEU, 1983, p. 85)

Essas primeiras necessidades podem ser identificadas também como a relação de escolha entre “o pão” e o valor do ingresso, entre a ida ao cinema de arte do Centro ou perder o horário do ônibus e enfrentar um trânsito caótico, entre “baixar filmes de expressionismo alemão em blogs” ou se deslocar às salas de arte, dentre as outras situações de dúvida que podem atestar o distanciamento do público potencial, como debateremos no capítulo que se segue.

### 3.3 A tecnologia e as salas de arte

É perceptível a força com que a internet tem tomado o universo audiovisual a partir do advento de novas práticas de consumo como *streaming*<sup>16</sup> e os mais recentes formatos de download e reprodução, o que interfere diretamente nas formas de consumo audiovisual e na prática da cinefilia. Hoje, fala-se de uma crise de cinefilia neste sentido, visto que, como sugere Mantecón (2009), atualmente, com a “declinante ação estatal e a escassa formação artística na escola, crianças, jovens e adultos de todo o mundo se formam fundamentalmente pela Internet, pela televisão e pelo rádio”. (Mantecón, 2014, p. 125)

A formação multimídia dos mais jovens acompanha a recente história e transformação das tecnologias, porém, tem atingido também os cinéfilos adultos e consumidores de filmes de arte que compõem os dados de evasão das salas de arte. Hoje é fácil acessar qualquer novidade cinematográfica dependendo apenas de um serviço de banda larga de qualidade, o que explica porque essas mudanças de hábito provocadas pelas novas redes e tecnologias contribuem tanto para afastar o público dos mencionados espaços de exibição.

Os novos formatos como *blu-ray* e sua adaptação para *home-theaters* e outras plataformas multimídia que a tecnologia pode nos oferecer, estabelecem uma facilidade e comodidade aos remanescentes consumidores de filmes de arte, e em Salvador não é diferente. Aqui, destacamos o fato de atingir mais aos cinemas de arte propriamente ditos do que os complexos de cinema com atrações do circuito comercial, visto que

---

<sup>16</sup> Streaming é uma forma de distribuição de dados, geralmente de multimedia em uma rede através de pacotes. É frequentemente utilizada para distribuir conteúdo multimídia através da Internet. Em streaming, as informações não são armazenadas pelo usuário em seu próprio computador não ocupando espaço no Disco Rígido (HD), ele recebe o "stream", a transmissão dos dados (a não ser a arquivagem temporária no cache do sistema ou que o usuário ativamente faça a gravação dos dados) - a mídia é reproduzida à medida que chega ao usuário, dependendo da largura de banda seja suficiente para reproduzir os conteúdos, se não for o suficiente ocorrerá interrupções na reprodução do arquivo.

esses espaços ainda permanecem como uma extensão pela sua oferta de comodidade e segurança. Setaro (1999c) lembra que

com as atuais conquistas da sociedade tecnológica, com o surgimento de novas opções de lazer, a liberdade de ir e vir dos adolescentes, com o vídeo, a própria TV aberta (e as fechadas por assinatura), com o computador, a Internet, e a violência, por outro lado, que campeia pelas ruas, o público passou apenas a admitir cinemas com segurança. (SETARO, 1999c, p.5).

Com produções voltadas para o público da web e a convergência da TV com a internet, tornou-se mais fácil acessar os produtos audiovisuais. Hoje o indivíduo pode criar sua própria grade de programação no horário que lhe for interessante, adaptando o consumo à rotina da sociedade moderna, nas quais as pessoas já não encontram tempo disponível para ir a museus, exposições de arte, teatros ou apreciar outras formas de arte que não sejam de consumo rápido, instantâneo e mais sensorial do que reflexivo.

Isso reflete muito na atração de público para os cinemas de arte, como confirma Adolfo Gomes, ao considerar que antigamente era preciso se enquadrar aos horários de exibição, e hoje, as pessoas podem ver os filmes na hora que acharem interessantes. Além da frequência - que sofre a influência das novas tecnologias - há também a questão do consumo: com grande pressão da publicidade, o já idolatrado cinema hollywoodiano e as produções norte-americanas, cabeças do circuito comercial, ganham ainda mais espaço na vida dos indivíduos. Essa influência causa efeitos até no reconhecimento do indivíduo como cidadão local, como afirma Canclini (1999), visto que esses novos cidadãos da era global estão imersos num universo de ofertas culturais de diversas partes do mundo, perdendo a, antes forte, referência do que é nacional e típico de sua terra. Esta universalização das coisas traz mudanças não só na forma de se consumir como na forma como os cidadãos se reconhecem enquanto pertencente a uma cultura e um território, visto que todos esses conteúdos de consumo cultural influenciam e agem diretamente sobre a construção de identidade do indivíduo.

Muito se deve também à oferta maior que a procura e a frase atribuída a Glauber Rocha é hoje um mantra válido para qualquer pessoa. “Uma ideia na cabeça e uma câmera na mão” tem sido o ponto de partida para uma larga escala de produção fílmica, de curta-metragem a documentário, filmes caseiros e projetos experimentais de arte-vídeo. Produção que para Adolfo Gomes tem crescido numa escala superior aos espaços de exibição, de por não darem conta, os espaços alternativos e as novas tecnologias de escoamento como a internet, as TVs fechada e aberta e outros serviços ganham força.

Em tempos rememorados na primeira parte desta pesquisa, o cinema era a única e principal tela para o universo audiovisual, mas a realidade atual mostra que ela é apenas mais uma e talvez por isso tenha perdido um pouco o seu *glamour*.



Alguns blogs e sites<sup>17</sup> tem utilizado os aparatos tecnológicos de acesso, como o recurso do download a fim de disponibilizar e difundir produtos do cinema de arte para os “cinéfilos de sofá”, os remanescentes amantes dos filmes alternativos ou simplesmente os que não conseguem mais frequentar as salas comerciais por se sentirem saturados diante de tantas produções semelhantes.

### 3.4 Alternativas para o cinema de arte

Um equipamento cultural pode ser entendido, segundo Coelho (1997), como “edificações destinadas a práticas culturais (teatros, cinemas, bibliotecas, centros de cultura, filmotecas, museus)” ou “todos os aparelhos ou objetos que tornam operacional um espaço cultural (refletores, projetores, molduras, livros, pinturas, filmes, etc.)”. (Coelho 1997, p. 251). A partir desta ótica, podemos entender as salas de arte como equipamentos culturais que detêm também aparelhos de cultura operacional, que são os filmes. Dentre estes, numa classificação por gênero e estética, temos os filmes de arte.

Os filmes de arte, como observamos até aqui, são alvos de desinteresse do poder público, do investimento privado e de parte da população que não tem acesso a esse tipo de “gosto” ou hábito cultural. Dessa forma, torna-se uma incógnita o futuro desse tipo de produto e oferta cultural na cidade de Salvador.

Para Adolfo Gomes, programador das salas Walter da Silveira e Alexandre Robatto, é necessário um deslocamento desses espaços tradicionais de exibição para novas plataformas, pois o modelo do cinema, da sala e da tela, talvez não exista mais para esse tipo de produto audiovisual e as salas públicas devam se assumir como cinemateca.

Outra solução para o cinema alternativo é se adaptar aos horários estabelecidos pelos complexos de cinema e multiplex em shoppings, uma tendência que algumas empresas<sup>18</sup> já vêm adotando, ao voltar espaços específicos na sua programação para filmes de arte. Dessa forma, o público que busca pelos filmes sobre os quais já conhece pode ter, no seu espaço de “comodidade e segurança”, a oportunidade de experimentar

---

<sup>17</sup> Alguns deles são: <http://www.downloadcult.com>, <http://7arte-filmes.blogspot.com.br>, <http://cinemacultdownloads.blogspot.com.br>, <http://cinemacultura.com>, <https://falternativos.wordpress.com> e <http://sonatapremieres.blogspot.com.br>.

<sup>18</sup> A exemplo da Rede Cinépolis. Ver mais em: <http://cinemadearte.com.br/novo/sample-page/>. Acesso em 18 de Maio de 2015

produções da sétima arte referentes à outros catálogos, outros temas, outros países e outras estéticas.

Como sugere Adolfo Gomes, tendo como base sua gestão de programação nas salas Walter da Silveira e Alexandre Robatto, as salas públicas precisam se assumir como um espaço não somente de difusão, mas de memória do audiovisual e dos filmes de arte, clássicos e independentes, para que com essa enxurrada de tecnologias, não se perca a essência.

Ainda que em busca de alternativas para o atual momento do cinema de arte em Salvador, a vontade dos gestores e amantes deste tipo de filmografia é batalhar pela manutenção de espaços como os mostrados aqui, o que tem sido buscado através de ações. Uma das ações escolhidas é a de mediação cultural com o intuito de formação de plateia, o que algumas dessas gestões vêm tomando como plano de trabalho para fomentar o interesse na cena audiovisual citada, com parcerias e projetos abrangendo não apenas os estudantes, mas também os educadores de instituições públicas e privadas – com ênfase na educação pública – para que os jovens tenham acesso e compreendam a importância desses equipamentos culturais e das ofertas disponibilizadas. Além do constante diálogo com o poder público e as empresas privadas, isso somente é possível se houver o investimento em formação e preservação para que o cinema de arte possa manter seu exercício e seu fôlego na busca de público e patrocínio.

## 4. METODOLOGIA DE PESQUISA

### 4.1 Definição do problema

Diante do exposto, o presente trabalho tem por interesse entender a relação de resistência e preservação do cinema alternativo em Salvador, investigando as suas propriedades como âmbito cultural e núcleo de difusão artística. Através da sua relevância para a sociedade soteropolitana, analisamos a relação dessas Salas com o público e demais consumos culturais.

O problema de pesquisa aqui abordado surgiu a partir de alguns fatores que se entrecruzaram na caminhada acadêmica do autor, mais precisamente a curiosidade a respeito dos espaços culturais em Salvador e sua relação com a sociedade; sua recente relação com o cinema a partir de convivência diária nas salas públicas Walter da Silveira e Alexandre Robatto, sendo lotado na Diretoria de Audiovisual da FUNCEB; e por fim, para entender a possível “crise de público” das salas de cinema alternativo de Salvador, noticiada recentemente na mídia.

Quando se convive numa capital multicultural como Salvador, diante de informações a respeito do encerramento de um trabalho de difusão da diversidade da sétima arte realizado por salas como o Circuito SaladeArte, confrontamo-nos por perceber a passividade de parte dos agentes intelectuais e culturais assim como dos grandes detentores do poder econômico, que assistem ao encerramento de mais um ciclo de sobrevida cultural que a cidade possui.

A partir desse confronto, fez-se necessário buscar as bases do Cinema de Arte na história de Salvador, sua relação com o público sob a ótica de quem fez e faz parte da difusão da sétima arte com suas diferentes linguagens e estéticas não contempladas no circuito comercial - este tão pesquisado, debatido e pautado na mídia tradicional.

Através da revisitação histórica, o problema de pesquisa foi traçando uma linha clara e objetiva para a qual se voltar: quais os fatores que causam esse “desinteresse” do público pelas salas de arte? Como os gestores e programadores desses espaços encaram suas dificuldades de gestão? Em que pesa a relação da programação de arte em detrimento ao “circuitão” comercial com seu lugar cativo nas publicidades massivas? Quais os horizontes para o cinema alternativo e as salas que abrigam essa programação? Essas e outras questões moveram e intencionaram esta análise, e a partir da inquietação frente à passividade com que assistimos a decadência das Salas de Arte em Salvador e o número menor de público e patrocínio desprendidos para estes equipamentos culturais, iniciamos a pesquisa.

## 4.2 Métodos utilizados

A pesquisa aqui apresentada teve o aporte de informações e visões de mundo cedidas através de entrevistas com os gestores e programadores das salas de arte analisadas. As entrevistas tiveram um papel crucial no desenvolvimento da análise para que fosse possível identificar e adentrar o atual momento vivido por esses espaços e a relação de seus públicos com o consumo do cinema alternativo.

Para esta metodologia de pesquisa, nos baseamos no conceito de Thompson (1992), para quem a entrevista parte do princípio da preparação dos objetos de pesquisa e suas informações básicas, por meio de leituras e de outras buscas a códigos e linguagens que remetam ao objeto de pesquisa.

A partir disso, estruturamos a entrevista com questões a respeito da relação das salas representadas com o atual momento do consumo cultural e seu público – perguntas que foram direcionadas a todos os três entrevistados – e questões específicas da realidade de cada gestor com a sala de arte e o cinema de arte em Salvador.

Para chegarmos a estas questões, buscamos informações específicas sobre cada entrevistado, a fim de conduzir a pesquisa de modo satisfatório. As questões semelhantes foram pensadas com o intuito de partir de uma dúvida comum ao tema tratado, principalmente as voltadas às salas geridas pelo entrevistado e seu lugar de fala a cerca de um problema em comum, assim como em relação às questões de ordem social e cultural que envolvem o público.

As entrevistas realizadas foram um método bastante eficaz para entender as questões ligadas ao problema de pesquisa. Possuindo domínio acerca dos temas tratados, os entrevistados se mantiveram desenvoltos e solícitos às questões elaboradas. Como, segundo Thompson (1992), a entrevista não precisa necessariamente seguir um roteiro fechado e controlado pelo entrevistador, nos mantivemos a vontade para inserir questões relativas às respostas, como oportunidade de complemento ou para sanar alguma dúvida que possa ter surgido no momento da realização do questionário. No entanto, a entrevista não se fez de toda forma livre, seguindo um contexto coerente, como pensado para o objeto de pesquisa, e com um objetivo definido tanto nas questões específicas quanto nas questões comuns aos três entrevistados.

O método de pesquisa fez-se necessário para resgatar memórias e opiniões particulares da população alcançada pela pesquisa, dando espaço tanto para informações e visões da história do cinema de arte em Salvador tanto quanto para opiniões e

conhecimentos a cerca do atual momento das salas alternativas, o que, por meio das questões, abrangeu todo o conteúdo relacionado a este trabalho.

### 4.3 População

Como população alcançada pela pesquisa, escolhemos os gestores Marcelo Hoog Sá, produtor e gestor do Circuito Sala de Arte, Cláudio Marques, crítico, cineasta e gestor do Cine Itaú Glauber Rocha e o programador e crítico Adolfo Gomes, principal programador das salas públicas Walter da Silveira e Alexandre Robatto.

Tais atores foram escolhidos por sua relação direta com o tema tratado e por serem conhecedores do cinema de arte e sua relação com Salvador e com o público soteropolitano, além de intimamente relacionados aos percalços e características da gestão de uma programação alternativa numa cidade multicultural, sendo suas perspectivas de fundamental importância pra composição deste trabalho.

Por fugir do problema inicial, foi descartada uma aplicação de questionário durante a programação de mostras e sessões dos espaços aqui tratados, visto que o processo de análise e tabulação de opiniões do público consumidor não encontraria relação clara no que foi proposto, podendo se transformar numa análise puramente de público e sua visão a respeito do consumo cultural e dos espaços.

No que tange ao público, no entanto, esta pesquisa se propôs a entender sua relação com o cinema de arte a partir de conceitos sociológicos, priorizando assim o lugar de fala e as provocações implicadas aos gestores e programadores. Responsáveis pelo equilíbrio e administração das salas de cinema alternativo tidos como espaços de atração deste público, os entrevistados são brevemente apresentados na descrição abaixo.

Cláudio Marques nasceu em Campinas, em 1970, e mora em Salvador desde 1982. Foi editor e crítico do jornal *Coisa de Cinema* de 1995 a 2003, responsável pela programação da Sala Walter da Silveira de 2007 a 2009 e, desde 2009, dirige e é o principal programador do Espaço Itaú de Cinema Glauber Rocha, complexo com quatro salas de cinema no Centro Histórico de Salvador. Também é fundador e coordenador do *Panorama Internacional Coisa de Cinema*.

Marcelo Sá é ator, gestor e produtor cultural, sócio da Empresa Cinema e Arte, responsável pelo “Circuito SaladeArte”. Nascido em Ilhéus, no sul da Bahia, iniciou no teatro e depois de sete anos residindo em Salvador abriu a primeira sala do Circuito Sala de Arte, a SaladeArte do Baiano, junto ao sócio André Trajano.

Adolfo Gomes é mineiro, 41 anos, jornalista, crítico de cinema (Abraccine) e cineclubista. Fundou a Associação “Amigos do Cinema” que, entre 1993 e 2005 em Belém do Pará, realizou diversas retrospectivas e mostras, entre as quais “Robert Bresson – olhos para o impossível”, “Em Torno da Nouvelle Vague” e “Nicolas Philibert, a emoção do real”. Ministrou as oficinas “Olhar o cinema – uma introdução à cinefilia” (Iphan – Belém-PA), “Cinema Corsário – uma viagem pelos filmes de gênero” (Panorama Internacional Coisa de Cinema - Salvador -BA) e “Gostoso de ver: uma revisão da pornochanchada brasileira” (Festival Internacional Lume de Cinema - São Luís-MA). Curador de ciclos como “O Mito de Dom Sebastião no Cinema” e “Somos todos marginais, do udigrúdi à pornochanchada”. Colaborou com a revista eletrônica Contracampo e coordena o Núcleo de Difusão da Diretoria de Audiovisual da FUNCEB desde 2007.

#### **4.4 Análise dos resultados**

A entrevista elaborada e utilizada na metodologia da pesquisa, como já dito anteriormente, contou com questões semelhantes para os três entrevistados em determinado momento, e com questões específicas para cada um deles.

##### **4.4.1 Questões Semelhantes**

Dentre as questões semelhantes, apresentamos seis, sendo elas: “Como você define “cinema comercial” e “cinema alternativo”?”; “Qual a importância das salas de cinema de rua, voltadas a uma programação mais alternativa?”; “Como você encara essa possível crise de público e patrocínio vivida por algumas salas do Circuito SaladeArte em Salvador?”; “Quais fatores causam o interesse do público soteropolitano nos espaços multiplex dos shoppings centers em detrimento às salas de arte?”; “No que diz respeito exclusivamente à exibição, o cinema de arte ainda terá espaço em Salvador nos próximos anos ou necessita diretamente do fôlego advindo de patrocínios?” e por fim “Quais os horizontes para o cinema de arte em Salvador?”. A partir das questões, organizamos a Tabela 1 com um comparativo das respostas.

**Tabela 1** – Análise comparativa das respostas de questões semelhantes:

Questão	Cláudio Marques	Marcelo Sá	Adolfo Gomes
<b>Como você define “cinema comercial” e “cinema alternativo”?</b>	O cinema alternativo é aquele que não tem um espaço garantido de exibição, não tem uma verba muito alta pra distribuição e exibição, ou seja, não vai estar na mídia de uma maneira corriqueira durante muito tempo nem vai ser pautado pela mídia pra ser assistido. Os <i>blockbusters</i> hoje de uma maneira geral já vêm sendo pautados pela mídia e vão formando o desejo do telespectador pra que ele vá assistir no cinema.	Pela diversidade. Hoje [o cinema alternativo] é fruto do que não é americano. Que apresenta diversidade de temas, países, cor, estética [...] Um é vendido e o outro não é vendido, oferecido em marketing, feito pra pessoa ir e feito pra agradar inclusive como entretenimento.	Essa divisão é meramente um rótulo de mercado, de nicho, e tem uma justificativa a partir do investimento, principalmente em publicidade. O <i>blockbuster</i> implica num investimento pra divulgar aquele filme que às vezes o chamado cinema alternativo não tem. A diferença se precisasse apontar uma, seria o investimento em publicidade.
<b>Qual a importância das salas de cinema de rua, voltadas a uma programação mais alternativa?</b>	O cinema de rua é importantíssimo, vivemos numa cidade que tem medo, as pessoas estão indo dos carros para os trabalhos e dos trabalhos para os shoppings centers. Um espaço como esse, eu acho extremamente importante pra que ajude as pessoas a ter uma relação com sua cidade, com sua história, sua identidade.	A importância das salas de rua é democratizar, que todo mundo veja tudo, que não veja apenas a janela americana.	Acho que o <i>locus</i> só tem um componente que é complicado devido ao econômico, pois quando você tem um cinema dentro do shopping aí você tem que cobrar um preço mais alto do que outro espaço, fora isso é indiferente, acho que o que se deve fazer é garantir a diversidade, mesmo nos cinemas de shopping, com faixas de sessão para exibições de filmes de arte.
<b>Como você encara essa possível crise de público e patrocínio vividas por algumas salas do Circuito SaladeArte em Salvador?</b>	Essa crise não é em Salvador, é no mundo inteiro. Só pra você ter uma ideia as salas de rua e de arte do cinema independente em Paris estavam fechando todas no início dos anos 2000 e se começou lá um grande projeto para manter essas salas funcionando, pois se perguntaram assim “nós, como sociedade, queremos ter uma cidade que não tem cinema de rua?” e responderam: “não, queremos ter cinemas de rua!”.	Eu não acho que haja [crise], meu público não caiu, o público é bom, o que precisamos é de patrocínio. Aqui diminuiu porque no Museu está sem estacionamento, se a rua não tem segurança e meu cinema é de rua, meu projeto está ameaçado. Quando estou no shopping a frequência é ótima porque tem estacionamento e segurança. O que falta é o poder público investir.	Eu acho que tem alguns contornos, não acredito que haja uma crise de público, talvez seja insuficiente para os gastos que são feitos. São salas pequenas e que demandam estarem praticamente lotadas pra cobrir os gastos e as questões que envolvem hoje uma operação em cinema, que é verba para difusão, divulgação, qualificação técnica.

<p><b>Quais os fatores que causam o interesse do público soteropolitano nos espaços multiplex dos shoppings centers em detrimento às salas de arte?</b></p>	<p>Educação básica. Não temos educação básica no Brasil, não temos formação. Hoje a gente tem uma política econômica muito voltada ao consumo imediato, as escolas não formam, não levam pro cinema, não formam pessoas interessadas em ler, que conheçam nossa história e passado cinematográfico.</p>	<p>Tem que haver formação de plateia para todas as linguagens de cultura, porque está sempre sobre ameaça de extinção. Tem que ter formação de público, planejamento para que essas coisas existam. Tudo que existe na área de cultura, formação e reflexão, tem que pensar em formação de plateia. O que falta nas pessoas é oportunidade, não vão porque nunca viram.</p>	<p>- A primeira coisa é o bombardeio da publicidade, do apelo que se cria pra esses filmes, mesmo quando você não conhece ou não tem interesse em determinado filme, ele se torna um evento tão significativo no convívio social que você se sente impelido a ir ver esse filme pra ter o que conversar numa roda. - segundo é que é um círculo vicioso, à medida que você vai tornando algo muito hegemônico a tendência é que essa hegemonia cresça [...] À medida que se torna hegemônico tal tipo de cinema, você cria público só pra aquele tipo de produto, questão de formação mesmo.</p>
<p><b>No que tange exclusivamente à exibição, o cinema de arte ainda terá espaço em Salvador nos próximos anos ou necessita diretamente do fôlego de patrocínios?</b></p>	<p>A tendência é fechar, infelizmente é fechar, não abrir. Acho que é uma questão de política pública, o governo do Estado tem que construir e assumir a manutenção das salas de rua, criar condições para espaços alternativos na cidade.</p>	<p>Tem que ter patrocínio. Tudo na área de cultura tem que ter patrocínio, a sociedade precisa se organizar para entender isso melhor. Ninguém abre uma sala, só o estado que abre e fica lá, mas o particular, privado, não tem como.</p>	<p>Eu acho que talvez haja uma mudança, um deslocamento desses espaços tradicionais de exibição dos chamados cinema alternativo para novas plataformas, talvez esse modelo do cinema, da sala, da tela, não exista mais para esse tipo de produto audiovisual que trabalhamos, talvez.</p>
<p><b>Quais os horizontes para o cinema de arte em Salvador?</b></p>	<p>A sociedade, o governo tem que saber “a gente quer ainda ter cinema de rua e salas de cinema com programações diferentes?” então a gente precisa frequentar esses lugares. Se não, todos os cinemas vão exibir “Vingadores”, porque é o que todo mundo quer. As pessoas não tem disponibilidade por falta de repertório, é um problema de formação.</p>	<p>Vai ser sempre penoso e sempre vão existir loucos como eu e meus sócios para investirem no que acredita. A gente reza... Quem tem fé vai a pé.</p>	<p>Eu acredito que é desaparecer, ou se inserir nessas faixas de horário diferenciados dentro dos complexos de cinema comerciais. A tendência é essa não só em Salvador como no mundo. Vai entrar em diversas plataformas, na internet para baixar e assistir em casa nas telas de 55 polegadas, os <i>home-theaters</i> em casa, e o cinema será esse grande espetáculo com telas enormes, sons potentes, cadeiras que se mexem: um parque de diversões.</p>



Questionados a respeito da definição particular de “cinema comercial” e “cinema alternativo”, ambos atribuíram a diferenciação ao fator de publicidade e marketing embutido nas produções comerciais em detrimento do cinema alternativo. Marcelo Sá citou também o aspecto da diversidade de elementos que o cinema alternativo busca explorar além dos modelos já enraizados nos cinemas norte-americano e comercial.

Já em relação à importância dos cinemas de rua e espaços de filmes alternativos, Cláudio Marques enfatizou a relação dos cinemas enquanto localidade e sua interação com a comunidade, relacionando a sua importância à história e identidade dos soteropolitanos. Os outros dois entrevistados, no tocante à essa importância, revelaram que está ligada principalmente à democratização do acesso e diversidade da oferta cultural.

Questionados sobre a possível crise de público enfrentada por estes espaços, Cláudio Marques admitiu a sua existência e citou o caso da relação da sociedade parisiense com seus cinemas de arte. Marcelo Sá a refutou alegando apenas a falta de patrocínio como um embargo, no entanto admitiu que em relação aos cinemas comerciais, as salas sofrem com queda de público e atribuiu isso à falta de estrutura do poder público para segurança e acessibilidade. Adolfo Gomes, por fim, não encara uma crise, mas um número insuficiente de frequentadores para cobrir os gastos de gestão.

Em relação ao interesse maior do público soteropolitano pelos cinemas dos shoppings centers em detrimento às salas de arte, Cláudio Marques atribuiu à falta de uma educação básica e formadora do olhar além do que se está acostumado a consumir; Marcelo Sá também admite a necessidade de um trabalho de formação de plateia para educar e oportunizar o acesso aos que ainda não conhecem e convivem com esse produto da cultura; Adolfo Gomes atribui primeiramente à cultura da publicidade, que torna “o filme do momento” como uma pauta constante, o que atrai a atenção e vontade do público, e em seguida atribui ao reforço da hegemonia do cinema comercial, que acaba por ser formador daquilo e só.

Sobre o funcionamento das salas de arte e a relação com patrocinadores, o gestor do Cine Itaú Glauber Rocha afirma que a tendência para o desses espaços é o encerramento de suas atividades, e a permanência passa principalmente pela ação do poder público. Na visão de um dos gestores do Circuito Sala de Arte, toda área de cultura necessita de patrocínio para subsistir, e com as salas de arte não é diferente. Para o programador das salas Walter da Silveira e Alexandre Robatto, haverá um deslocamento do formato atual para uma adaptação às novas tecnologias, não havendo

mais salas de arte e espaços de cinema alternativo, mas o consumo doméstico como já é tendência.

Na última questão semelhante proposta aos três entrevistados, sobre a percepção deles acerca do futuro do cinema de arte em Salvador, Cláudio Marques, respondeu que se não houver o engajamento da sociedade e do poder público, a tendência é que as programações diferenciadas se acabem e todos os cinemas se voltem à programação comercial tão forte dos dias atuais, sendo necessário trabalhar o problema de formação educativa da sociedade para que ocupem esses lugares. Na visão de Marcelo Sá, continuará sendo penoso exibir filmes de arte na capital baiana, mas sempre haverá produtores e agentes culturais engajados na perpetuação deste tipo de oferta cultural para investir. Por fim, para Adolfo Gomes, os horizontes do cinema de arte em Salvador serão ou o desaparecimento ou a inserção em faixas de horário diferenciadas nos complexos de cinema comerciais que já existem, ou, como já citado, a adaptação ao consumo doméstico dos novos aparatos eletrônicos.

#### **4.4.2 Questões Específicas**

Em relação às questões específicas, destacaremos alguns importantes relatos dos entrevistados. Cláudio Marques, através da ótica de gestão e produção no Cine Itaú Gláuber Rocha, reconheceu que, das salas que utilizamos como objetos neste trabalho de pesquisa, é a única que ainda mantém vínculo de patrocínio direto com uma instituição privada, o banco Itaú, e que funciona como um complexo de cinemas semelhante ao dos shoppings centers, com o adendo da sua principal característica de cinema de rua e a programação que se preocupa em dar espaço aos filmes alternativos. Na entrevista, o gestor revelou a relação do complexo de salas da Praça Castro Alves com o cinema de arte, alegando contemplar diversos filmes de arte e principalmente produções nacionais nas programações ofertadas no Cinema. Além disso, o crítico e diretor de cinema também admitiu ter com o Projeto “Clube do Professor”, uma ferramenta importante para formação de plateia.

Marcelo Sá foi a principal fonte da pesquisa para entender o momento das salas do Circuito Sala de Arte. Ele, como figura representativa da gestão, revelou, nas questões específicas, a situação que culminou no encerramento temporário da sala do Cinema do Museu, além das dificuldades de captação de patrocínio para funcionamento das salas de arte do Shopping Paseo.

Adolfo Gomes, como representante das salas públicas, foi incisivo ao demonstrar a importância destes espaços de cinema alternativo como ferramenta

educativa para oportunizar o acesso a diferentes filmografias e escolas da sétima arte. Para Adolfo é necessário, no que diz respeito às salas exibidoras de Salvador, a diferenciação entre salas de cinema comercial (em sua grande maioria a dos Shoppings Centers), as salas de cinema alternativo e as salas públicas, não tendo estas últimas necessidade de retorno financeiro por bilheteria e acesso e sua existência explicada como um espaço de difusão do cinema nacional, baiano e de filmes fora do eixo comercial. Responsável pela programação de mostras de diversos autores e filmes de outros eixos de produção, o crítico afirma que a formação de plateia deve ser no caráter da oferta de diversidade e, se necessário, a partir dos filmes comerciais que o público já está acostumado a seguir.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de pesquisa foi realizado como forma de contribuição para o debate recente, pautado pela mídia e pelas pessoas diretamente envolvidas ou interessadas no âmbito cultural soteropolitano, sobre o encerramento de atividades de algumas salas de arte na cidade de Salvador e buscou através da história, de dados e embasamento teórico elucidar as questões que cercam esse tema.

Percebemos através desta pesquisa o potencial formador e educador do cinema de arte através da história e como ele está relacionado com a construção cultural da cidade de Salvador, tendo em suas salas de arte parte fundamental nesse processo de acesso ao conhecimento da narrativa humana e da arte como um todo. Em meio a tantas incertezas a respeito destes espaços, o trabalho de pesquisa foi realizado com o intuito de articular um pensamento crítico com base em autores que nos revelam a relação da sociedade - mais precisamente a soteropolitana - com o cinema de arte.

Entendemos que para a sobrevivência desta oferta cultural na cidade é necessário um trabalho de base com formação de plateia junto às instituições de educação pública, para que se fomente o interesse pelo cinema de arte a partir da criação de um capital cultural até que se torne um hábito enraizado e tão natural quanto abrir a mala do carro na beira da praia em dias de feriado.

Faz-se necessário aproveitar o momento de debate a respeito do fechamento das salas de arte e questionar as autoridades e a iniciativa privada, em comum debate com a sociedade, acerca da importância deste produto cultural e dos espaços de difusão e conhecimento para a cena da cultura de Salvador. Se não for assim, cada vez mais a sociedade soteropolitana continuará passiva e acostumada a ver seus espaços de cultura fechados por falta de apoio financeiro e de frequência e prestígio por parte do público.

## REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Tradução de Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: EDUSP; Porto Alegre: Zouk, 2008.

\_\_\_\_\_. **O poder simbólico**. Tradução de Fernando Tomaz. 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

\_\_\_\_\_. **O mercado de bens simbólicos**. In: MICELI, Sergio (org.). A economia das trocas simbólicas. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1987.

\_\_\_\_\_. **“Gostos de classe e estilos de vida”**. In: ORTIZ, Renato (org.). 1983. Bourdieu – Sociologia. São Paulo: Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 39. p.82-121.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. (4a ed.). Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999;

CARVALHO, Maria do Socorro. **A nova onda baiana: cinema na Bahia 1958-1962**. Salvador: Edufba, 2003.

\_\_\_\_\_. **Cinema na Bahia, memórias da cidade de Salvador**. In: Revista Tabuleiro de Letras do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens da Universidade do Estado da Bahia (PPGEL - UNEB). Salvador, 2010.

COELHO, Teixeira. **Dicionário Crítico de Política Cultural**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

LEAL, Geraldo da Costa e FILHO, Luís Leal. **Um Cinema Chamado Saudade**. Salvador: Gráfica Santa Helena, 1997.

LOPES, João Teixeira. **Sociabilidade e consumos culturais: contributos para uma sociologia da fruição cultural**. Porto: Universidade do Porto - Faculdade de Letras, 1999.

MANTECÓN, Ana Rosas. **In: Panorama Setorial da Cultura Brasileira 2013-2014**. São Paulo: Allucci & Associados Comunicações, 2014.

\_\_\_\_\_. **O que é o público?** In: Revista Poiésis, n 14, p. 175-215, Dez. de 2009.

MATTA, J. P. R. **Novos horizontes para o mercado de salas de cinema de Salvador: Considerações a partir do caso do Grupo Sala de Arte.** Cadernos de Análise Regional. N.º especial, agosto. Salvador, 2003.

\_\_\_\_\_. **Análise Competitiva da Indústria Cinematográfica Brasileira no Mercado Interno de Salas de Exibição, de 1994 a 2003.** Dissertação de mestrado, Universidade Federal da Bahia, Salvador, EAUFBA, 2004.

PENA, João Soares. **Cinemas de Salvador: apogeu e decadência dos cinemas de rua.** In: Revista O Olho da História. Salvador, n. 18, julho, 2012.

SANTOS, Eletice Rangel. **O Sistema Multiplex e a Crise das Salas de Cinemas Tradicionais em Salvador.** 2000. 53 f. Monografia (Graduação em Economia) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000.

SETARO, André. **Panorama do cinema baiano.** Salvador: FUNCEB/ Coordenação de Imagem e Som, 2014.

\_\_\_\_\_. **Exibição na Bahia.** Gazeta Mercantil – Gazeta Bahia, Salvador, Terça-feira, 05/01/1999c, p.5.

SILVEIRA, Walter da. **O eterno e o efêmero.** Org. e notas: José Umberto Dias, Salvador: Oiti, 2006.

\_\_\_\_\_. **“Um Clube de Cinema”.** In: DIAS, José Umberto. *Walter da Silveira O Eterno e O Efêmero.* Salvador: Oiti Editora e Produções Culturais Ltda. 2006.

SIMIS, ANITA. **“Cinema e política cinematográfica”.** In: BOLAÑO, C., GOLIN, C. e BRITTOS, V. (orgs.). *Economia da Arte e da Cultura.* São Paulo: Itaú Cultural, 2010.

THOMPSON, P. **A entrevista.** In: THOMPSON, P. **A voz do passado.** Rio de Janeiro: Editora PAZ E TERRA S.A, 1992.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A — Entrevista com Cláudio Marques: Produtor, Diretor e Gestor de Cinema.

#### 1. Como você avalia o cinema de arte no contexto cultural da sociedade moderna?

**C.M.:** A gente tem que pensar que até 20 anos atrás, mais precisamente até a década de 60, 70, tínhamos praticamente dois grandes divertimentos: o futebol e o cinema. A televisão ainda era frágil, não tínhamos internet, TV a cabo. Então a gente tinha um parque exibidor muito maior, não só no Brasil, no mundo todo. Aqui no Brasil tínhamos 3.700 salas de cinema e era um número grande, mas não necessariamente tínhamos qualidade na exibição das salas. Porém, ao mesmo tempo, tínhamos uma diversidade muito grande, muitos filmes passavam. O mercado exibidor e o público eram mais generosos quanto a essa diversidade. Tinha uma oferta maior e muito mais público para ir às salas de cinema porque também eram poucos entretenimentos. Claro que os Cineclubes tiveram uma importância muito grande, pois eles não apenas traziam os filmes mas traziam uma curadoria, traziam determinados filmes e alguém pra debater sobre eles.

Neste contexto é célebre o Clube de Cinema da Bahia, que surge em 50, quando você tem várias escolas de cinema exibidas, quando tinha Walter da Silveira que falava sobre os filmes, não apenas trazia os filmes e ampliava essa diversidade do mercado exibidor – que não era um circuito comercial – tinha verdadeiras aulas, ou pelo menos “aconselhamentos”, debates, conversas, e se falava muito sobre o filme. Nesse sentido, Walter da Silveira na palavra das pessoas foi muito importante. Grandes exibidores daquela época foram importantes pra formação da cultura de Salvador. Agora são outros tempos, quando você fala de cinema hoje é uma primeira tela de uma cadeia, antigamente era a única tela, você não tinha televisão: ou você via no cinema ou você via no cinema. Hoje, se você não vê no cinema você vê na televisão, internet, TV aberta, fechada, celular. Hoje as coisas mudaram muito.

#### 2. Como surgiu o Cine Glauber Rocha?

**C.M.:** O Glauber surgiu em 1919 como Cine Cursal. Em 1920 mudou pra Cine Teatro Guarany e em 1949 fechou pela primeira vez. Já em 1955 reabriu como Cine Teatro Guarani. Em 1981 ele virou Cine Glauber Rocha e chegou a fechar novamente em 1998. Só em 2008 ele reabriu como Espaço Unibanco de Cinema Glauber Rocha. Atualmente, há cerca de 2 ou 3 anos atrás, mudou para Espaço Itaú de Cinema Glauber Rocha.

### **3. Como você define “cinema comercial” e “cinema alternativo”?**

**C.M.:** As vezes você tem um *blockbuster* que é muito mais ousado em termos estéticos, em termos autorais. Mas podemos dizer que o cinema independente é aquele que não tem um espaço garantido de exibição, não tem uma verba muito alta pra distribuição e exibição, ou seja, não vai estar na mídia de uma maneira corriqueira durante muito tempo nem vai ser pautado pela mídia pra ser assistido. Os *blockbusters* hoje de uma maneira geral vêm sendo pautados pela mídia. Eles vão formando o desejo do telespectador para que ele vá assistir no cinema.

### **4. Qual a relação do Glauber com o cinema de arte em Salvador?**

**C.M.:** Aqui a gente sempre teve uma proposta de mesclar. Temos os *blockbusters* e o cinema independente com uma vocação natural para o cinema brasileiro. Passamos muitos filmes brasileiros. E acho que temos essa importância de trazer uma quantidade muito grande de filmes brasileiros, sobretudo que não passam em nenhum outro cinema da cidade e as vezes não passam em nenhuma outra sala de cinema do Brasil. Temos cineclubes de fazer festival de cinema, temos uma diversidade muito grande que dá oportunidade tanto ao acesso pela diversidade quanto pelo preço, é o cinema mais barato e extremamente equipado.

### **5. Qual a importância das salas de cinema de rua, voltadas a uma programação mais alternativa do que os filmes comerciais que inundam as programações dos grandes shoppings Center de Salvador?**

**C.M.:** O cinema de rua é importantíssimo, vivemos numa cidade que tem medo, as pessoas estão indo dos carros pros trabalhos e dos trabalhos pros shopping centers. A classe media sobretudo tem medo de ficar na rua, visitar a rua, o centro da cidade. Um espaço como esse acho extremamente importante pra que ajude as pessoas a ter uma relação com sua cidade, com sua história e sua identidade. Precisamos ter mais 10 salas dessas funcionando. Não mudou muito a relação com o entorno, as pessoas continuam com medo, a cidade está mais violenta e há uma falsa segurança nos shopping centers, mas isso é mentira, a violência está em qualquer lugar. A Pituba não é mais segura que o Centro.

### **6. Como você encara essa possível crise de público e patrocínio vivida por algumas salas do Circuito SaladeArte em Salvador? O Glauber está imune a isso?**



**C.M.:** Essa crise não é em Salvador é no mundo inteiro. Só pra você ter ideia, as salas de rua e de arte do cinema independente em Paris estavam fechando todas no início dos anos 2000 e se começou lá um grande projeto pra manter essas salas funcionando pois se perguntaram: “nós, como sociedade, queremos ter uma cidade que não tem cinema de rua?” e responderam: “não, queremos ter cinemas de rua”. Então isso tornou uma política de governo: manter as salas de rua funcionando. Existe uma formação de público que se iniciou levando estudantes para as salas de rua para assistir cinema francês. Começou de forma pequena, embrionária e se tornou um projeto muito grande 10 anos depois.

O Glauber tem o patrocínio do Itaú. Eu acho o projeto do Glauber Rocha de extrema importância pro centro da cidade e pra cidade por vários motivos mas não vi se construir nesse tempo uma política cultural para o centro histórico e para as salas de cinema de rua da cidade. Tanto o Glauber como as Salas de Arte precisam ser amparadas por políticas culturais. Não tendo políticas culturais, essas salas todas um dia irão fechar e vamos viver dentro dos shoppings centers.

**7. Como é pensada a programação do Glauber Rocha e qual a porcentagem de filmes de arte contemplados nela em relação aos filmes comerciais ou de grande circulação nos cinemas de shoppings?**

**C.M.:** Sempre tem no mínimo 50% de cinema nacional e as vezes mantemos 100% com cinema brasileiro, mas para a saúde financeira do cinema seria muito mais fácil colocarmos só *blockbusters*, mas sinceramente, não é isso o que eu quero. A gente precisa botar o *blockbuster* porque a gente sabe que o público vem.

**8. Quais fatores causam o interesse do público soteropolitano nos espaços multiplex dos shoppings centers em detrimento às salas de arte?**

**C.M.:** Educação básica. Não temos educação básica no Brasil, não temos formação. Hoje a gente tem uma política econômica muito voltada ao consumo imediato, as escolas não formam, não levam pro cinema, não formam pessoas interessadas em ler, que conheçam nossa história e passado cinematográfico. As pessoas são formadas pela TV Globo, por novelas, por enlatados. Quando vão ao cinema procuram Os Vingadores dublado. O que a gente pode exigir? A gente mantém um espaço com filmes nacionais e as pessoas não vem. Porque? Não foram formadas pra isso. Tem uma ascensão da classe C que foi acostumada a ver filme na televisão, por isso só vê filme dublado, “Tela Quente” e novela. Você é formado vendo plano e contraplano, plano e contraplano, ai se

você coloca um plano de 15 segundos o cara vai ficar entediado. Como vamos exigir dessas pessoas? Tem que ter uma formação cultural. Estamos perdendo de 7x1 há muito tempo.

**9. Como o Glauber Rocha trabalha com formação de plateia?**

**C.M.:** A gente trabalha com o Clube do Professor, que é o que a gente precisa. A gente precisa pegar o professor e fazer que ele se interesse pelos filmes e ele pode indicar para os seus alunos. Estou em conversa com o governo do estado pra ver se a gente começa a trabalhar na formação das crianças.

**10. No que tange exclusivamente à exibição, o cinema de arte ainda terá espaço em Salvador nos próximos anos ou necessita diretamente do fôlego de patrocínios?**

**C.M.:** A tendência é fechar, infelizmente. Quem tem espaços alternativos está lutando seriamente pra manter aberto. Tomara que consigam, mas a tendência não me deixa otimista não. Acho que é uma questão de politica publica. O governo do Estado tem que construir e assumir a manutenção das salas de rua, criar condições para espaços alternativos na cidade. Não apenas de cinema mas de outras artes também, pois a gente vê uma falência geral do comércio de rua, dos espaços urbanos, então precisa ter uma intervenção muito forte do governo, uma politica voltada para a rua, para a cidade. Hoje o que a gente tem é construção de moradia e quem constrói a politica publica são as construtoras. As empresas querem financiar marcas já bem sucedidas na área da cultura.

**11. Hoje, a Sala Walter da Silveira e Alexandre Robatto, salas geridas pelo poder público, que construíram um caráter de salas de arte voltadas a mostras de filmes alternativos e produções fora do eixo hollywoodiano aposta em programações com este caráter, mais flexíveis aos *blockbusters* e grandes franquias norte-americanas. Em sua opinião, frente a esse possível desinteresse do público pelas salas de arte, como você encara essas adaptações?**

**C.M.:** As salas de arte Walter da Silveira e Alexandre Robatto foram destruídas, sucateadas. Funcionavam muito bem até o final dos anos 90, tinha um publico grande só que lamentavelmente os governos dos anos 2000 do PFL e depois do PT, infelizmente não fizeram nenhum investimento nem facilitação nos mecanismos burocráticos pra facilitar a relação com as distribuidoras de filmes. Só não fechou porque em algum momento fizemos um movimento pra não fechar. Foram negligenciadas, sucateadas, praticamente destruídas. São salas que não interessam ao governo, infelizmente.

Nenhuma gestão da Dimas (Diretoria de Audiovisual) conseguiu fazer aquilo, como cinema, voltar a ter uma vida. Lamento, pois temos Adolfo Gomes que é um cinéfilo, um grande programador que está lá e poderia fazer 20 vezes mais do que está fazendo. Precisaria ter investimento, condições de trabalho, programar mostras, fazer seminários. Por mais que o circuito independente se organize ele nunca vai dar conta em torno dos filmes que são produzidos. Até o final dos anos 90 ainda funcionava com bom público, os primeiros Panoramas que a gente fazia lá lotavam as salas, no segundo panorama teve mais público na Walter do que no multiplex Iguatemi. Numa semana tivemos 2500 pessoas. Hoje tem 10 pessoas por dia.

## **12. Finalizando, quais os horizontes para o cinema de arte em Salvador?**

**C.M.:** A sociedade e o governo tem que saber: “a gente quer ainda ter cinema de rua e salas de cinema com programações diferentes?” então a gente precisa frequentar esses lugares. Se não, todos os cinemas vão exibir “Os Vingadores”, porque é o que todo mundo quer. As pessoas estão formatadas a beber muita cerveja na rua, a ouvir as mesmas músicas e assistir ao mesmo tipo de filme. As pessoas não tem disponibilidade por falta de repertório. É um problema de formação, não dá para exigir dessas pessoas, por mais que o cinema tenha o interesse em se comunicar. Como se comunica com pessoas que não tem o repertório mínimo? É um problema de todo e qualquer cinema que se propõe a não passar os mesmos filmes.

## **APÊNDICE B — Entrevista com Marcelo Sá: Ator, Gestor e Produtor Cultural.**

### **1. Como surgiu o Circuito SaladeArte em Salvador? Poderia dar um breve histórico das salas?**

**M.S.:** Começamos com o Clube Baiano de Tênis, que completa 15 anos em 07 de julho de 2015, depois pelourinho, museu, aí o Baiano fechou e veio a UFBA. Depois abrimos na Aliança, Caballeros de Santiago, no MAM, e por último no Shopping Paseo, 2 salas. São 30 funcionários no geral, distribuídos em todos os cinemas.

### **2. Quais as salas em funcionamento hoje e quais em reforma?**

**M.S.:** Hoje temos 4 salas, a Cine XIV está fechada para manutenção e captura de patrocínio. As salas tem em média 100 lugares. As do Paseo, uma tem 115 e a outra 60, a do Museu tem 125 e a da UFBA 65.

### **3. Como você define “cinema comercial” e “cinema alternativo”?**

**M.S.:** A diversidade. Antigamente era *cult*. Esse negócio de arte começa a ter função num período de erudição, quando os filmes de Godar não chegavam ao país. Poucas pessoas tinham cópia, era uma sociedade mais careta, mais coibida. Hoje é fruto do que não é americano. Fora o que não é *blockbuster*, aí vem os nacionais inclusive, porque ate os nacionais que são comerciais demais estão com os americanos. Diversidade de temas, países, cor, estética, não é mais um filme silencioso necessariamente se torna filme de arte, ou *noir*, ate porque hoje o cinema comercial consegue fazer. Um é vendido e o outro não é vendido, oferecido em marketing, ação, feito para a pessoa ir e feito para agradar inclusive como entretenimento. A expressão Cinema de arte é uma faca de dois gumes, afasta também. Eu passo filme que passa no cinema comercial, quando eu reestreio é como se eu estivesse estreando.

### **4. Qual a influência da programação das salas na relação público-patrocinio?**

**M.S.:** Numa clientela do circuito de arte, o número não mantém, pois se você perceber, o “circuitão” vive da pipoca e da Coca Cola, que dá mais dinheiro que a bilheteria. A minha meta não é essa. Eu tenho um circuito diferenciado, meu circuito é de rua, de salas individuais, de bairro, não tenho um complexo de cinema. A Walter é uma sala só e o Glauber um circuito de cinema comercial que passam alguns filmes de arte, assim como a Orient também passa. Minha meta é passar a diversidade.

### **5. Qual é o perfil do público do Circuito SaladeArte?**

**M.S.:** Já temos um publico especifico aqui que é majoritariamente feminino. 70% mulher. Universitário, formador de opinião, a “elite cultural” – odeio esse termo.

### **6. Qual a importância das salas de cinema de rua, voltadas a uma programação mais alternativa em comparação aos filmes comerciais que inundam as programações dos grandes Shoppings Centers de Salvador?**

**M.S.:** A importância das salas de rua é democratizar, para que todo mundo veja tudo, que não veja apenas a janela americana. Eu me relaciono com todas as distribuidoras que se concentram em Rio-São Paulo, inclusive as maiores. A gente tenta passar a diversidade e na diversidade a gente passa qualquer filme, foge dos comerciais. Os Vingadores, etc. não passam porque a clientela não vem.

### **7. Quais as principais dificuldades de gestão do Circuito?**

**M.S.:** Subsidiar. Todo modelo de cinema de rua no país é patrocinado, a Bombril já patrocinou, a Caixa Econômica está bancando o Belas Artes, o próprio Unibanco e Itaú, só aqui que não temos. Corremos atrás. Corro atrás de patrocínio desde que eu nasci.

### **8. Quais as fontes de financiamento atuais do projeto?**

**M.S.:** Não temos fonte de financiamento atualmente, estou conversando com estado e captando. O rompimento com a Vivo foi normal, depois de cinco anos, as coisas começam e acabam. Não houve nenhum descumprimento, foi tudo esperado. Não existe interesse porque o lugar é legal, etc., tudo é política. Quando não é partidária, é uma política do diretor, que chega: “não gosto do cinema, não reconheço, não identifico, quero atuar em outra área”.

### **9. Em entrevista ao iBahia em fevereiro deste ano, você fala a respeito do patrocínio com a Vivo. Como funciona hoje a rede de patrocinadores do Circuito SaladeArte?**

**M.S.:** Estou captando hoje, só estou fazendo isso. É difícil, deveria haver um afinamento melhor entre governo e captadores, representantes das instituições. Tem que ser oficial, se temos que captar, assim como tem produtores capacitados pelo Estado, tem que ter para captador. Tem que ser reconhecido!

### **10. Como, no aspecto da gestão, você encara esta possível crise de público e patrocínio? Tem algum link direto com o consumo médio do cidadão soteropolitano? Gostaria dessa avaliação.**

**M.S.:** Eu não acho que haja. Meu publico não caiu, o publico é bom, o que precisamos é de patrocínio. Aqui diminuiu porque no Museu está sem estacionamento, se a rua não tem segurança e meu cinema é de rua, meu projeto está ameaçado. Quando estou no shopping a frequência é ótima porque tem estacionamento e segurança. O que falta é o poder público investir. Se toda a sociedade está à mercê da violência, nas áreas de cultura – que é, ou deveria ser a área onde as pessoas encontram elementos de sua reflexão, de sua compreensão da evolução, de todo papel além de entretenimento – deveria se investir na segurança desses espaços. Estou com a sala do Pelourinho (Cine XIV) fechada porque é uma ameaça constante, não tem segurança, polícia, nada. Não tem expectativa para as salas comerciais dentro da minha sala (Paseo), imagine para a que não traz retorno, só prejuízo.

**11. Quais fatores causam o interesse do público soteropolitano nos espaços multiplex dos shoppings centers em detrimento às salas de arte?**

**M.S.:** Acho que tem que ter formação de plateia para todas as linguagens de cultura, porque está sempre sob ameaça de extinção. Qualquer galeria, espetáculo, toda parte produtiva da cadeia cultural vive a mercê de fechar. Tem que ter formação de público, planejamento, para que essas coisas existam, tudo o que existe na área de cultura, formação e reflexão, tem que pensar em formação de plateia, que é outra perna de produção aqui. Estou captando para fazer projetos de formação de plateia. O que falta nas pessoas é oportunidade, não vão porque nunca viram.

**12. Como o Circuito SaladeArte trabalha com formação de plateia?**

**M.S.:** Com projetos, trazendo escolas públicas, estudantes, o máximo de estudantes da rede pública para conhecer nosso projeto.

**13. No que tange exclusivamente à exibição, o cinema de arte ainda terá espaço em Salvador nos próximos anos ou necessita diretamente do fôlego de patrocínios?**

**M.S.:** Tem que ter patrocínio. Tudo na área de cultura tem que ter patrocínio, a sociedade precisa se organizar para entender isso melhor. Ninguém abre uma sala, só o Estado que abre e fica lá, mas o particular, privado, não tem como. Tem que ter dinamismo, mais projeto em formação. Se precisar transformar *foyer* em galeria de arte, transforma.

**14. Finalizando, quais os horizontes para o cinema de arte em Salvador? Fale um pouco sobre as possibilidades de adaptação e permanência deste tipo de atividade e equipamento cultural para a sociedade baiana.**

**M.S.:** Vai ser sempre penoso e sempre vão existir loucos como eu e meus sócios para investirem no que acreditam. A gente reza... Quem tem fé vai a pé.

**APÊNDICE C — Entrevista com Adolfo Gomes Sampaio : Programador e Cinéfilo**

**1. Quais informações você tem a respeito do cinema de arte em Salvador e o papel do Clube de Cinema da Bahia?**

**A.G.:** O CCB era o que a gente costumava chamar de Cineclubes, ou seja, ele combinava as exibições do filme a um processo de formação mesmo, de educação do olhar, de informação sobre aqueles filmes. Era uma outra época, uma época que o acesso a esses

filmes e às informações sobre esses filmes não era tão veloz e tão fácil como hoje em dia. Então, o CCB tinha uma função além de informar a população local, quase pedagógica, de exibir os filmes e contextualizar a história do cinema.

O Circuito alternativo de cinema começou a se consolidar no Brasil no início dos anos 90 a partir dos centros culturais como aqui na sala Walter. Foi usado pelo governo no processo de redemocratização que combinou salas de cinema, teatro, biblioteca. É um modelo que se inspirou nos franceses, principalmente no Governo Mithéran, que é um governo que chega na França no início da década de 80, quando o Brasil começa o processo de redemocratização. É importante diferenciar o contexto do CCB e o conceito das salas de arte. As salas de arte tem o conceito de sala de cinema alternativa e o CCB como cineclube.

## **2. Como você define “cinema comercial” e “cinema alternativo”?**

**A.G.:**Do ponto de vista do objetivo, tanto do cinema alternativo quanto do cinema comercial, à exceção das salas públicas, todos precisam de algum lucro para se manter. Então é importante fazer uma divisão em 3 segmentos: as salas públicas, as salas alternativas e as salas comerciais. As salas públicas tem a possibilidade de, através de um subsídio, não ter um compromisso de manutenção a partir da bilheteria, de seu arrecadamento. Ela pode se manter a partir do investimento do órgão público ao qual ela pertence. As salas alternativas podem conseguir, pelo caráter dela, alguns patrocínios que ajudem a se manter, mas ela tem que ter algum tipo de lucratividade para continuar a operar. Por fim, o cinema comercial é um negócio, ele funciona eminentemente para obter lucro. Não é que não possa obter lucro com a sala alternativa, mas o perfil de programação, o estilo, isso tudo pode dificultar o propósito de se conseguir lucro, mas à exceção da sala pública, todos os outros dois estão próximos. Essa divisão é meramente um rótulo de mercado e tem uma justificativa a partir do investimento, principalmente em publicidade. O *blockbuster* implica num investimento para divulgar aquele filme que, às vezes, o chamado cinema alternativo não tem. A diferença, se tivesse que apontar uma, seria o investimento em publicidade.

## **3. Qual a relação das salas da DIMAS com o cinema de arte em Salvador?**

**A.G.:**A Sala Walter e Alexandre são salas que não tem por objetivo serem economicamente viáveis, não tem o compromisso que para se manter precisa ter a arrecadação que supere o que gasta. É uma espécie de estudante financiado pelos pais, que vai cumprir aquele papel, no caso da Sala Walter, procurar difundir a cinematografia

baiana e ao redor do mundo. A Sala Walter tem esse perfil, de difundir o cinema para além de interesses comerciais, de rentabilidade, é cumprir essa função de dar abrigo à aquelas produções que não conseguem chegar ao circuito comercial. Por ser subsidiada, elas não tem esse compromisso em se tornar economicamente viável, embora não seja algo que não tenha perspectiva, de conseguir aliar esse trabalho de difusão à um acesso maior de público. Outra característica é que a maioria da programação é gratuita, só com esse elemento já deixa claro que é um tipo de cinema segmentado que tem um perfil claro e definido e não tem essa pressão comercial, que mesmo as salas alternativas tem. É uma sala que não se coloca acima do seu público, ela não despreza, para além da sua missão de difundir o audiovisual, o que o público quer ver. Procura aliar o que tem um potencial de atrair público quanto difundir, arriscar e trazer filmes que não chegam nos circuitos tradicionais.

#### **4. Quando se formou essa relação das salas Walter e Alexandre com o cinema de arte e o público consumidor deste? Foi uma questão natural de programação ou indicação de diretorias?**

**A.G.:** É uma relação de processo histórico, não acredito que tenha sido uma diretriz governamental porque esse perfil da sala já existe há vários e diferentes governos. O que eu penso é que esse tipo de perfil nasceu da própria razão de ser desses espaços. Porque tem espaços “alternativos” ou estritamente culturais diante de um circuito secular que é o cinematográfico? Esses filmes sempre tiveram finalidade comercial, o próprio marco inicial do cinematógrafo é a primeira exibição paga, que se realizou no Grand Café em Paris. Antes disso, já se haviam projetados vários filmes, vários inventores que reivindicam a criação da projeção das imagens em movimento, mas o marco inicial é a primeira projeção paga. Em determinado momento não há espaço para diversidade de filmes, temas, cineastas, então surge essa necessidade de se criar outros espaços, ao mesmo tempo houve uma redução significativa de salas de exibição não só na Bahia como no Brasil. Existem pesquisas que dizem que o Brasil tinha nos anos 50 um parque cinematográfico em torno de 7 a 8 mil cinemas, e hoje esse parque é a metade. Não só no Brasil, o Le Mond (jornal) publicou recentemente que Roma tinha 129 cinemas e hoje tem 58, caiu pela metade. Essa redução começa a surgir no final dos anos 60, e a partir dessa falta de espaço de exibição que começam a surgir os cineclubes, que são embrião das salas públicas de cinema, que por sua vez deram origem ao circuito alternativo. Num determinado momento histórico, as salas públicas tinham um papel tão importante que tinham quase exclusividade, o que não passava no



circuito comercial passavam só nas salas públicas ou cinematecas. Esse parque cultural ainda era insuficiente pra absorver a demanda de produção dos filmes, então surgiram os chamados cinemas alternativos, que são esses cinemas que ao mesmo tempo tem um perfil de programação mais qualificado, mais voltado pra difusão desse cinema de arte. É também um circuito que tem uma preocupação comercial de se manter. A Sala Walter, primeiro como uma continuidade do CCB de Walter, passou a se tornar um centro cultural e, num determinado tempo histórico, sobretudo nos anos 80, passou a se observar toda produção que não chegava pelas vias tradicionais. A produção cresce numa escala muito superior aos espaços de exibição, que não dá conta, por isso existem os espaços alternativos e as novas tecnologias de escoamento: internet, TV aberta, etc.

**5. Qual o perfil do público que frequenta as salas Walter da Silveira e Alexandre Robatto?**

**A.G.:** O público, como diria Almodóvar, é algo insondável. É difícil moldar uma programação a partir do perfil de público. Nossa intenção não é moldar nossa programação ao perfil do público, mas formar um público para esse tipo de cinema que nos cabe difundir

**6. Qual a importância das salas de cinema de rua, voltadas a uma programação mais alternativa em comparação às que exibem filmes comerciais e inundam as programações dos grandes shoppings Centers de Salvador?**

**A.G.:** Tem uma certa nostalgia com cinemas de rua, mas não julgo a priori um *blockbuster* como ruim e um de arte como bom antes de ver o resultado de um e de outro. É a mesma coisa, não podemos julgar um cinema de shopping como ruim só porque se localiza no shopping, nem podemos absolver um cinema de rua só porque é de rua. Só um exemplo: todos os cinemas pornô são de rua e ninguém tem saudosismo quanto ao cinema pornô. Então acho que o *locus* só tem um componente que é complicado devido ao econômico, pois quando você tem um cinema dentro do shopping, tem que cobrar um preço mais alto do que outro espaço. Fora esse componente econômico, é indiferente, acho que o que se deve fazer é garantir a diversidade mesmo nos cinemas de shopping, com faixas de sessão para exibições de filmes de arte. É possível dentro desse ambiente dos cinemas de shopping fazer uma exibição diversificada.

**7. Como você encara essa possível crise de público e patrocínio vivida por algumas salas do Circuito SaladeArte em Salvador? A Walter e a Robatto estão imunes a isso?**

**A.G.:** Eu acho que tem alguns contornos, não acredito que haja uma crise de público, talvez seja insuficiente para os gastos que são feitos. Crise de público dá impressão que as salas vivem vazias mas a minha percepção é de salas bastante cheias, só que são salas pequenas e que demandam estarem praticamente lotadas pra cobrir os gastos e as questões que envolvem hoje uma operação em cinema, que é verba para difusão, divulgação, qualificação técnica. Para a maioria da população talvez não se justifique o fato de haver um público segmentado que goste daquele tipo de programação, daquele cinema mais cultural, e é aí que entram as salas públicas, pois elas sim tem esse dever. Por melhor que seja a intenção, essas salas alternativas são negocio privado e estão sujeitas às regras de mercado, assim não podemos criticar o fato de ter que exibir “50 tons de cinza”. É um negócio, um negócio cultural, mas um negócio. Exibem 50 tons pra equilibrar suas contas.

**8. Como é pensada a programação das salas da Dimas e qual a porcentagem de filmes de arte contemplados nela em relação aos filmes comerciais ou de grande circulação nos cinemas de shoppings?**

**A.G.:** A programação é pensada no sentido de valorizar a produção baiana, brasileira e a que não chega no circuito comercial. Nossa lógica é inversa à do circuito comercial, é a da difusão e da diversidade acima de interesses de rentabilidade.

**9. Quais fatores causam o interesse do público soteropolitano nos espaços multiplex dos shoppings centers em detrimento às salas de arte?**

**A.G.:** A primeira coisa é o bombardeio da publicidade, do apelo que se cria pra esses filmes, mesmo quando você não conhece ou não tem interesse em determinado filme, ele se torna um evento de tão significativo no convívio social que você se sente impelido a ir ver esse filme pra ter o que conversar numa roda. Hoje em dia, o cinema mais do que em outras épocas, tem esse caráter de você ter que se atualizar sobre aquilo. Segundo é que é um circulo vicioso, à medida que vai tornando algo muito hegemônico a tendência é que cresça, e esse crescimento que você vê, em especial em Salvador, na música baiana – o Axé Music tendo espaço maior que outros tipos de manifestações musicais – você vê também no cinema. Salvador é a terceira cidade no Brasil com maior frequência no cinema. A medida que se torna hegemônico tal tipo de cinema, você cria

publico só pra aquele tipo de produto, uma questão de formação mesmo. Eu acho que uma alternativa seria sobretudo fortalecer as salas públicas. Com elas fortalecidas, poderiam ter esse trabalho de formação de publico que depois iria beneficiar espaços alternativos, comerciais, híbridos.

#### **10. Como as salas trabalham com formação de plateia?**

**A.G.:** Temos muitas dificuldades, pois hoje em dia, com tanta facilidade de acesso às imagens, você baixa na internet, na TV, em plataformas como Netflix, você cria sua própria grade, o horário que você pode ver, isso tudo dificulta que atraíamos pessoas para virem. Hoje em dia é tudo diferente, antigamente você tinha que se enquadrar nos horários, hoje em dia você pode ver a hora que achar interessante. Atualmente, nossa formação procura atuar na possibilidade de a pessoa descobrir coisas novas, na oferta de conteúdo que não chega nas vias tradicionais. Atualmente, nosso folego é nesse sentido, procurar garantir alguma diversidade e a partir disso contribuir para a formação de um público que tenha essa curiosidade por outros tipos de cinema, pois você só vai descobrir se gosta de algo, conhecendo. Não existe um projeto sistemático de formação de publico que atue como aqueles projetos tradicionais junto às escolas, até porque esses em geral, como se trata de um primeiro contato, reforçam essa imagem do cinema hegemônico. Você não vai chegar para uma escola e mostrar para os alunos um filme dos anos 40 produzido na Suécia. Você vai procurar tornar mais atraente o cinema de maior identificação.

#### **11. No que tange exclusivamente à exibição, o cinema de arte ainda terá espaço em Salvador nos próximos anos ou necessita diretamente do fôlego de patrocínios?**

**A.G.:** Eu acho que talvez haja uma mudança, um deslocamento desses espaços tradicionais de exibição dos chamados cinemas alternativos para novas plataformas. Talvez esse modelo do cinema, da sala, da tela, não exista mais para esse tipo de produto audiovisual que trabalhamos. Por isso acho importante as salas públicas se assumirem como uma cinemateca, como a ponta, o cartão de visita do primeiro contato de um projeto maior, que é um projeto de formação da cinemateca baiana, um centro de referencia de preservação e conservação de difusão audiovisual. A única saída para a Sala Walter é se inserir dentro de um projeto maior, um projeto importante tanto pra produção quanto pra memória. A saída é se definir como um espaço de preservação, sem essa coisa da programação diária.

**12. Hoje, as Salas Walter da Silveira e Alexandre Robatto, salas geridas pelo poder público, que construíram um caráter de salas de arte voltadas a mostras de filmes alternativos e produções fora do eixo hollywoodiano aposta em programações com esse perfil, mais flexível aos *blockbusters* e grandes franquias norte-americanas. Em sua opinião, frente a esse possível desinteresse do público pelas salas de arte, quais os horizontes pra esse tipo de cinema alternativo em Salvador?**

**A.G.:** Eu acredito que é desaparecer, ou se inserir nessas faixas de horário diferenciados dentro dos complexos de cinema comerciais. A tendência é essa não só em Salvador como no mundo. Vai entrar em diversas plataformas, na internet para baixar e assistir em casa nas telas de 55 polegadas nos *home theaters* e o cinema será esse grande espetáculo com telas enormes, sons potentes, cadeiras que se mexem, um parque de diversões.