

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

João Pedro dos Santos Fleck

**CONSUMO FANÁTICO: uma análise exploratória nos festivais
de cinema fantástico**

Porto Alegre
2013

João Pedro dos Santos Fleck

**CONSUMO FANÁTICO: uma análise exploratória nos festivais
de cinema fantástico**

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Alberto Vargas Rossi

Porto Alegre
2013

CIP - Catalogação na Publicação

dos Santos Fleck, João Pedro
**CONSUMO FANÁTICO: uma análise exploratória nos
festivais de cinema fantástico / João Pedro dos
Santos Fleck. -- 2013.**
183 f.

Orientador: Carlos Alberto Vargas Rossi.
Coorientador: Russell W. Belk.

Tese (Doutorado) — Universidade Federal do Rio
Grande do Sul, Escola de Administração, Programa de
Pós-Graduação em Administração, Porto Alegre, BR-RS,
2013.

1. consumo fanático. 2. identidade. 3.
comunidades. 4. videografias. 5. festivais de cinema.
I. Vargas Rossi, Carlos Alberto, orient. II. W.
Belk, Russell, coorient. III. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática de Fichas Catalográficas da UFRGS com os
dados fornecidos pelo(s) autor(s).

João Pedro dos Santos Fleck

**CONSUMO FANÁTICO: uma análise exploratória nos festivais
de cinema fantástico**

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Administração.

Aprovado em

BANCA EXAMINADORA

Prof. Laura Loguercio Cánepa

Prof. Maria Eunice de Souza Maciel

Prof. Luiz Antônio Slongo

Orientador: Prof. Dr. Carlos Alberto Vargas Rossi - UFRGS

AGRADECIMENTOS

Diversas pessoas contribuíram para que esta tese fosse concluída. Segue um breve agradecimento às que contribuíram mais diretamente:

À minha amada Mariene, por ter sido esta maravilhosa parceira, amiga e companheira, diariamente, tornando-se uma fonte inesgotável de inspiração.

Ao meu sócio e grande amigo Nicolas, que me acompanha na direção de diversos projetos, independente de quão loucos sejam.

À minha família, em especial ao meu pai, Ronei, minha mãe, Eunice e meu irmão e padrinho, Paulinho, que conviveram comigo em muitos destes dias do curso de doutorado e me apoiaram ao longo de toda minha carreira acadêmica.

Aos meus amigos André Kleinert e Felipe Guerra, dois dos maiores fãs que eu já conheci.

Aos amigos texanos que colaboraram na realização deste estudo, especialmente Austin, JJ e Tim, sem os quais esta etapa do estudo nunca teria acontecido.

Aos amigos do Brasil que colaboraram no estudo: Paulo Dalpian e Martina Dreyer. A colaboração de vocês foi essencial para o estudo.

Aos colegas do PPGA, em especial Marlon Dalmoro, Marcelo Jacques da Fonseca e Getúlio Reale.

À secretaria do PPGA: Dejanira, Gabriela, Luiz Carlos e Luisa, obrigado pela agilidade e competência em tantos momentos que solicitei.

Aos professores da antropologia, que me receberam tão bem, especialmente a Maria Eunice, Cornélia e Ana Luiza, que tanto me ensinaram a respeito desta área tão próxima e ao mesmo tempo tão distante do mundo do marketing.

Aos professores do Marketing do PPGA que já há anos acompanham minha trajetória, especialmente ao Prof. Luce e ao Prof. Slongo.

Aos professores que colaboraram nas diferentes etapas deste projeto de pesquisa, especialmente à Teniza da Silveira e Laura Cánepa pelos inputs valiosos na defesa do projeto.

Ao meu orientador, Prof. Carlos Alberto Vargas Rossi, que tanto contribuiu na realização desta tese, além de ter acreditado neste projeto de

estudo, apesar de todas as limitações e dificuldades.

À Capes, ao CNPQ e aos cidadãos brasileiros que pagam impostos, pelo financiamento de meus estudos, tanto aqui no Brasil, quanto pela bolsa doutorado-sanduíche que me permitiu estudar na York University, em Toronto.

Aos professores da York, que tão bem me acolheram e colaboraram para elevar o nível deste projeto de pesquisa, em especial aos colaboradores diretos, Russel Belk e Rob Kozinets e aqueles que dispuseram seu tempo para fazerem considerações e ensinamentos, Eileen Fischer e Peter Darke.

A todos os fãs e espectadores dos festivais estudados, pois é a paixão de vocês que inspira a realização e continuidade destes eventos.

RESUMO

Esta tese é uma análise exploratória do consumo fanático e se enquadra no âmbito da *Consumer Culture Theory* (CCT), analisando outras temáticas pertinentes, tais como o consumo de experiências, distinções simbólicas e a formação de identidades e comunidades. Como lócus de estudo, foi escolhido o ambiente dos festivais de cinema fantástico, buscando investigar indivíduos altamente envolvidos com o objeto de consumo, através do ponto de vista dos próprios pesquisados. O objetivo principal desta tese é analisar se estes festivais exercem influência sobre a(s) identidade(s) dos espectadores e se são responsáveis pela geração de comunidades de consumo. O estudo empírico realizado consistiu na incursão em dois campos de pesquisa (Fantastic Fest, em Austin, Estados Unidos, em 2010 e Fantaspoa, em Porto Alegre, Brasil, em 2012), na realização das duas etapas de observação participante e na realização de uma série de 60 entrevistas filmadas nos dois eventos. As entrevistas foram utilizadas para gerar uma videografia e também foram transcritas para a análise dos resultados. O conteúdo transcrito das entrevistas foi codificado e dividido em itens e esta codificação gerou conceitos a partir dos dados, a fim de analisar o seu conteúdo com rigor acadêmico. O enquadramento desta tese no paradigma interpretativista visou compreender a complexidade dos fenômenos sociais de maneira integrada, a partir dos significados atribuídos pelas pessoas, partindo das relações sociais e culturais estabelecidas no campo de estudo. Constatou-se que, durante os festivais, a parcela dos espectadores mais assíduos desenvolve o que poderia ser denominado de “identidade-para-o-festival”. Tais eventos não apenas influenciam no desenvolvimento da identidade dos seus consumidores, mas também propiciam fortes vínculos emocionais com eles. Pode-se confirmar que a maioria dos espectadores pode ser considerada fã, por transformar o ato de ir ao festival em uma atividade cultural, dividindo sentimentos e pensamentos e tornando-se membro de uma comunidade de indivíduos, na qual há um forte sentimento de aceitação e valorização. Verificou-se que esta interação gera contatos que aumentam o interesse e o conhecimento dos espectadores, desenvolvendo relações que podem gerar comunidades de consumo.

Palavras-chave: consumo fanático, identidade, comunidades, videografia, festivais de cinema.

ABSTRACT

This dissertation is an exploratory analysis of fanatic consumption. This is set within the framework of Consumer Culture Theory (CCT), analyzing other relevant themes, such as experience consumption, symbolic distinction and the development of identities and communities. As a locus of study, the environment of genre film festival was chosen, aiming at studying individuals that have a high involvement with their consumption object, through their own point of view. The main goal of this dissertation is to analyze if these festivals exert influence on the identity(ies) of their attendees and if they are responsible for the development of communities of consumption. The empirical study consisted in the incursion in two research fields (Fantastic Fest, Austin, USA, on 2010 and Fantaspoa, Porto Alegre, Brasil, on 2012). Two participant observations were made, as well as 60 filmed interviews in the two events. The interviews were used to create a videography and they were also transcribed for the analysis of results. The transcribed content was codified and separated in items. The coding techniques were used to generate concepts based on the data, aiming at analyzing their content with academic rigor. The framing of this dissertation on the interpretativist paradigm aimed at understanding the complexity of the social phenomenon in an integrated way, being based on the meanings attributed by the festival's attendees and their social and cultural relationships established on the field of research. It is noteworthy that the most assiduous attendees create what might be called of "identity-for-the-festival". Such events not only cause influence on the development of the identities of its consumers, but also assist on the development of strong emotional bonds among them. It was confirmed that the majority of the attendees might be considered a fan, because they transform their festival attendance in a cultural activity, sharing thoughts and feelings and becoming a member of a community, in which there is a strong feeling of acceptance and belongingness. It was verified that this interaction, within time, generate contacts that enhance the interest and the knowledge of the attendees, developing relationships that might become communities of consumption.

Keywords: fanatical consumption, identity, communities, videography, film festivals.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Mapa Conceitual desta Tese.....	17
Figura 2 - Mapa conceitual da CCT (ARNOULD; THOMPSON, 2007, tradução do autor).....	29
Figura 3 – As quatro áreas de experiência. Fonte: Pine II & Gilmore (1998) ...	42

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO, OBJETIVOS E MAPA CONCEITUAL	13
2 LÓCUS DE PESQUISA: O CONSUMO CINEMATOGRAFICO E OS FESTIVAIS DE CINEMA	18
3 FESTIVAIS DE CINEMA FANTÁSTICO	24
3.1 OS GÊNEROS CINEMATOGRAFICOS DO CINEMA FANTÁSTICO	25
3.1.1 Fantasia	25
3.1.2 Ficção-científica	26
3.1.3 Horror	27
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	29
4.1 CCT: CONSUMER CULTURE THEORY	29
4.2 IDENTIDADE.....	30
4.3 FÃS	33
4.4 FORMAÇÃO DE COMUNIDADES	37
4.5 CONSUMO DE EXPERIÊNCIAS	39
4.5.1 A Participação do Consumidor	41
4.5.2 O Relacionamento do Consumidor com o Ambiente no qual o Evento Ocorre	41
5 MÉTODO	45
5.1 O INTERPRETATIVISMO E A ETNOGRAFIA	46
5.2 A OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE	49
5.3 VIDEOGRAFIA.....	51
5.4 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS	56
6 ANÁLISE DOS RESULTADOS	60
6.1 CONTEXTUALIZANDO OS EVENTOS: OS CINEMAS ONDE OS FESTIVAIS OCORREM.....	60
6.1.1 Fantaspoa – Festival Internacional de Cinema Fantástico de Porto Alegre	61
6.1.2 Fantastic Fest	64
6.2 SOBRE OS FESTIVAIS	67
6.2.1 Quanto aos ingressos	67
6.2.2 Quanto às sessões e seus horários	68
6.2.3 As características da programação dos eventos	68
6.2.4 A organização dos eventos	73

6.2.5 A presença dos diretores nos eventos	75
6.2.6 A participação do público no evento.....	76
6.2.7 A relevância do evento para as cidades-sedes	77
6.2.8 O valor dos eventos	78
6.3 O PAPEL DOS FESTIVAIS DE CINEMA.....	82
6.3.1 A função geral do festival.....	83
6.3.2 A influência do festival na Indústria Cinematográfica.....	84
6.3.3 A criação de um espaço para exibição de filmes independentes	88
6.3.4 O festival como certificador da qualidade dos filmes.....	89
6.3.5 A importância de exibir filmes diferentes	92
6.3.6. A ida ao cinema.....	95
6.4 AS SESSÕES DOS FESTIVAIS DE CINEMA.....	96
6.5 SOBRE OS FILMES.....	102
6.5.1 Na visão dos respondentes do Fantaspoa	102
6.5.2 Na visão dos respondentes do Fantastic Fest	103
8.6 O FESTIVAL ENQUANTO EXPERIÊNCIA.....	105
6.6.1 Fantastic Fest.....	105
6.6.2 Fantaspoa	108
6.7 OS ESPECTADORES DOS EVENTOS.....	110
6.7.1 Fantaspoa	111
6.7.2 Fantastic Fest	113
6.8 ENVOLVIMENTO.....	117
6.9 IDENTIDADE E FANATISMO	124
6.9.1 A formação dos espectadores	125
6.9.2 A semelhança entre os espectadores	128
6.9.3 Paixão pelo cinema de gênero e cinefilia.....	129
6.9.4 Fanatismo	131
6.9.5 A incorporação das influências do cinema de gênero e do festival na identidade.....	135
6.10 INTERAÇÃO E COMUNIDADE.....	139
6.10.1 A interação e o desenvolvimento de comunidades	139
6.10.2 A interação entre realizadores e público	141
6.10.3 O festival como local de encontro.....	142
6.10.4 Motivadores da Interação.....	148
6.10.5 Consequências da Interação.....	152
6.10.6 Sobre a Comunidade	153

6.11 EPÍLOGO DA ANÁLISE	159
CONSIDERAÇÕES FINAIS	160
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	165
ANEXOS	182
ANEXO 1.....	182

1 INTRODUÇÃO, OBJETIVOS E MAPA CONCEITUAL

Seres humanos não se envolvem em atividades sem sentido. Se você acha que vê pessoas fazendo algo que você considera sem sentido, olhe novamente e tente entender o que estas atividades significam para elas (Jenkins, 2008).

A epígrafe acima traduz a singularidade do fanatismo. Para que seja possível entender o que um fã busca no seu objeto de fanatismo, não é possível apenas analisar a relação do fã com seu objeto de culto. É preciso compreender a importância do que é cultuado, através do prisma daquele que o cultua.

Vinte e cinco anos atrás, Richard Jenkins (1988) analisou que a cultura dos fãs era uma temática pouco estudada até aquele momento. Esse panorama se alterou significativamente nas últimas décadas, devido ao trabalho de diversos autores da área de estudos de mídia (BROOKER, 2007; GRAY; SANDVOSS; HARRINGTON, 2007; JENKINS, 2006, 2007; SANDVOSS, 2005; VAN ZONEN, 2005). Entretanto, pode-se afirmar que outras áreas do conhecimento, nas quais se pode incluir o marketing e, mais especificamente, o comportamento do consumidor, seguem subestimando a importância dos estudos a respeito de fãs.

É pertinente considerar que fãs são consumidores altamente envolvidos. Em uma conferência em 2006 (FORD ET AL., 2006), foram sugeridas dez maneiras de se pensar a respeito dos fãs, indicando a relevância destes grupos, seja no mercado consumidor, seja como objeto de estudo.

Dentre as características citadas na apresentação, foi mencionado que fãs são leais e podem compor alguns dos mais valiosos segmentos de audiência; fãs formam comunidades de inteligência coletiva; fãs divulgam produtos aumentando (e educando) a base de consumidores potenciais, desta maneira, sendo capazes de expandir o mercado da marca. Além disso, segundo Ford et al. (2006), fãs são *lead users* e, em um mercado tão diversificado, podem colaborar para que determinado produto chegue até o interessado; fãs exercem suas afiliações com marcas publicamente, frequentemente ajudando a intensificar a experiência emocional de outros consumidores; fãs criam novos materiais que podem se tornar fontes secundárias de valor e podem ajudar a refinar os produtos para o grande público.

Ainda, novos talentos que interessem às organizações podem ser encontrados em comunidades de fãs.

Portanto, pode-se afirmar que este grupo de consumo pode gerar uma riqueza imensurável de dados. Pois, além dos indivíduos terem a tendência de serem mais envolvidos, por serem apaixonados pelos seus objetos de envolvimento, eles também são mais dispostos a participar de estudos e dar depoimentos, gerando assim resultados mais valiosos.

Com o objetivo de colaborar no preenchimento desta lacuna dos estudos a respeito de fãs, esta tese foi desenvolvida. Como objeto de estudo, foram escolhidos espectadores fanáticos que frequentam dois festivais de cinema de gênero fantástico de alta relevância nos países em que são realizados.

Conforme será abordado ao longo desta tese, o consumo dos festivais de cinema possui diversos tópicos pertinentes à disciplina do comportamento do consumidor, tais como: o consumo de experiências, o consumo de lazer e entretenimento e, principalmente, tópicos relacionados aos consumidores, por exemplo, a identidade e a criação de comunidades.

Esta tese também leva em consideração o argumento de que, apesar da realização de diversos festivais de cinema ao redor do mundo, são raros os estudos que analisam tais eventos de forma acadêmica e sistemática (DE VALCK, 2007). Esta afirmativa pode ser considerada um dos motivadores para o presente estudo. Outro forte estímulo é uma pesquisa recente sobre como ações que são realizadas em comunhão com outros indivíduos tendem a criar laços afetivos (BELK, 2010).

Entretanto, a importância teórica desta tese não se limita ao fato deste ser um tópico pouco estudado em um locus também pouco estudado. A oportunidade teórica se encontra na possibilidade de se estudar um comportamento atípico de consumo de eventos similares. Porém, com peculiaridades que os diferenciam em diferentes países (Brasil e Estados Unidos), desta maneira preenchendo lacunas teóricas, principalmente no que tange os estudos do comportamento de consumidor a respeito de fãs, levando em consideração aspectos da identidade e da formação de comunidades.

Os festivais de cinema fantástico a serem abordados no presente estudo exibem filmes de três principais gêneros: fantasia, ficção-científica e horror, ou, em uma definição mais ampla, filmes com conteúdo fantástico. Todorov (1992) define o fantástico como sendo a hesitação experimentada por um ser que só conhece as

leis naturais, em face de um acontecimento aparentemente sobrenatural. Tais festivais de cinema podem ser considerados influenciadores da identidade de espectadores assíduos, assim como um local no qual laços são criados entre os espectadores e também com os cineastas convidados. Como resultado desta criação de laços, é possível detectar a formação de comunidades tão fortes quanto uma comunidade de marca ou quanto uma torcida organizada, com espectadores que esperam ansiosamente pelo próximo evento, assim como os torcedores esperam pelo próximo campeonato no qual seu time irá participar.

Esta tese se enquadra no âmbito da *Consumer Culture Theory* (CCT), não somente devido à abordagem multimetodológica e à importância dada à análise dos diversos agentes envolvidos nos festivais de cinema, mas, também, devido ao fato desta tese se enquadrar nas linhas de pesquisa que vêm sendo trabalhadas nos estudos de CCT. A pesquisa em CCT tem o objetivo geral de analisar as relações dinâmicas entre as ações do consumidor, o mercado e os significados culturais. A realização do estudo em diferentes festivais e em diferentes países (Brasil – Fantaspoa e Estados Unidos – Fantastic Fest) permite a identificação de variações no comportamento dos espectadores dos dois países.

Portanto, se propõe, por meio desta tese, analisar os festivais de cinema de gênero fantástico como agentes provedores de experiências e discutir a influência que eles exercem em seu público, tanto na identidade individual dos espectadores, quanto na formação de comunidades.

Dado o entendimento das linhas gerais nas quais este trabalho se enquadra, apresenta-se a questão-problema que o norteia: os espectadores fanáticos dos festivais de cinema fantástico estudados têm sua(s) identidade(s) influenciada(s) pelos eventos e são capazes de gerar comunidades de consumo?

Buscando resposta a esta questão, esta tese está estruturada da seguinte maneira: inicialmente serão apresentados os objetivos do estudo e o mapa conceitual da tese, ligando os agentes envolvidos nos festivais com as bases teóricas que serão apresentadas. A seguir, o lócus de pesquisa será descrito, dividido entre o consumo de cinema e os festivais de cinema e festivais de cinema fantástico, seguido da apresentação dos seguintes conceitos teóricos: CCT, identidade, fãs, comunidades e consumo de experiências. Posteriormente, serão apresentados o estudo empírico realizado e a análise dos resultados. Por fim, serão apresentadas as considerações finais e as limitações desta tese.

OBJETIVOS DO ESTUDO

A partir da questão de pesquisa desta tese, os seguintes objetivos são almejados:

OBJETIVO PRINCIPAL

Analisar se os festivais de cinema fantástico exercem influência sobre a(s) identidade(s) dos espectadores e se são responsáveis pela geração de comunidades de consumo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Descrever o ambiente dos dois festivais de cinema analisados;
- 2) Identificar as motivações que atraem os espectadores para os festivais de cinema em questão;
- 3) Analisar aspectos da identidade dos espectadores que se manifestam durante estes eventos;
- 4) Analisar como o consumo fanático é exercido pelos espectadores nos festivais de cinema fantástico;

MAPA CONCEITUAL DA TESE

O seguinte mapa conceitual foi elaborado com a intenção de sistematizar as bases teóricas abordadas no estudo, conectando os agentes envolvidos.

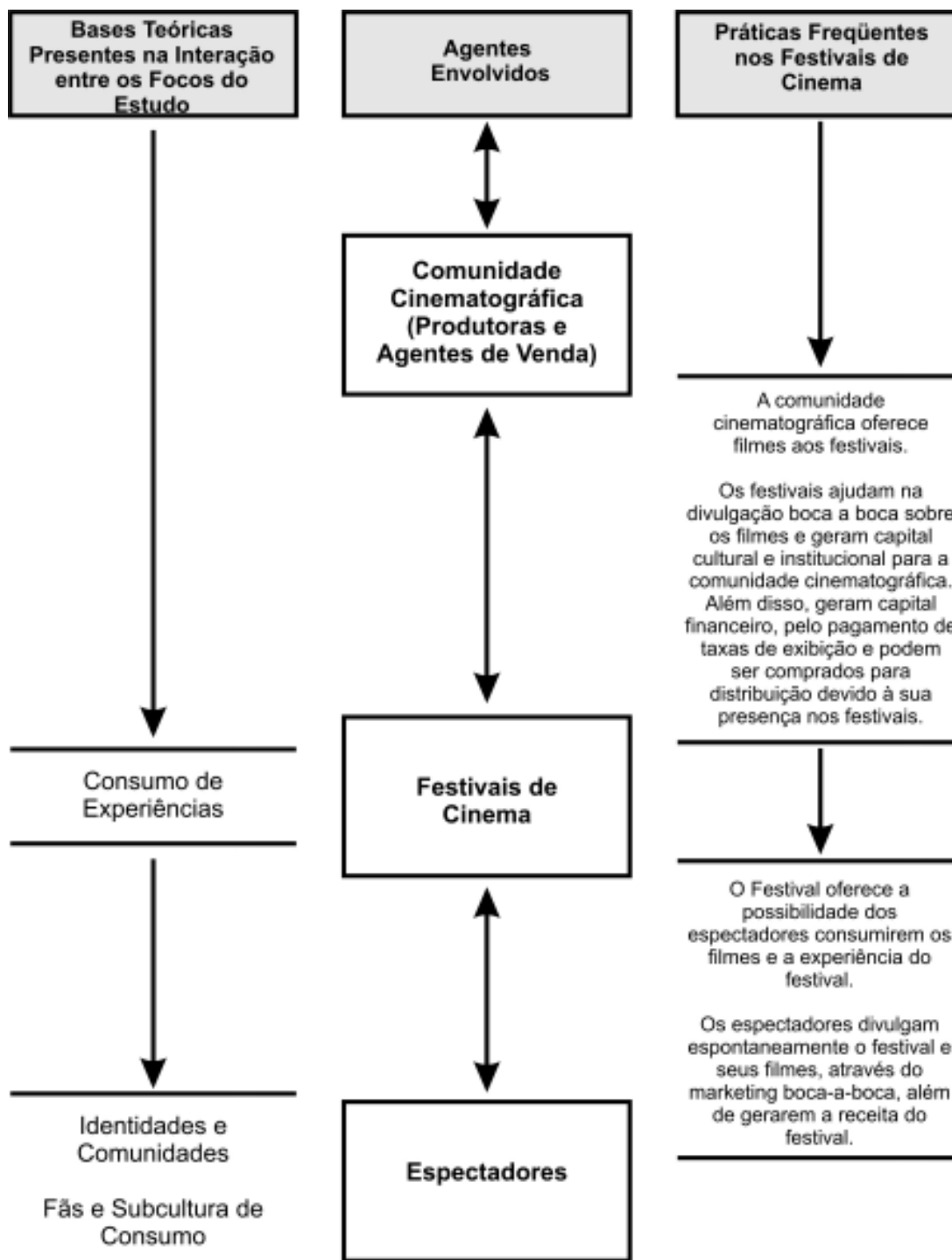


Figura 1 – Mapa Conceitual desta Tese

2 LÓCUS DE PESQUISA: O CONSUMO CINEMATOGRAFÍCO E OS FESTIVAIS DE CINEMA

Ao falar sobre os grandes cinemas da década de 1920, Marling (2001) afirma que “de alguma maneira, o cinema e o seu público haviam se tornado uma entidade única” e que “uma comunidade efêmera se criava enquanto as imagens reluzentes preenchiam a tela”. Este depoimento ilustra os dois principais temas desta tese: a identidade do consumidor, que constitui o público espectador, e a comunidade que se cria tendo como elemento comum o interesse por cinema.

Ao longo das últimas décadas, o espectador habitual dos cinemas (adultos que frequentam uma sala de cinema semanalmente) tem se tornado uma espécie em extinção. Em 1948, 90 milhões de norte-americanos – 65% da população – iam ao cinema em média uma vez por semana. Por outro lado, em 2004, 30 milhões de norte-americanos – aproximadamente 10% da população – iam ao cinema com essa mesma frequência (EPSTEIN, 2005). Um dos principais motivadores desta mudança foi a crescente popularidade de aparelhos de televisão e outros eletroeletrônicos que substituíram parte substancial do entretenimento previamente encontrado nos cinemas (EPSTEIN, 2005).

Entretanto, apesar de uma série de percalços ao longo de sua evolução, não há evidência de que o cinema seja uma arte de final iminente ou mesmo em decadência irreversível. Uma comprovação disso são os relatórios anuais das bilheteiras mundiais que vêm apresentando aumentos constantes nos últimos anos. Em um dos últimos relatórios oficiais da *Motion Picture Association of America* (MPAA), a bilheteria global dos cinemas havia atingido 29,9 bilhões de dólares em 2009, um aumento de 7,6% em comparação à bilheteria total do ano de 2008 (MPAA, 2010). Existem causas que explicam o aumento de bilheteria, apesar da redução de número de espectadores. A principal é o aumento do valor do ingresso e a ampliação do número de salas com novas tecnologias, como o 3D e o Imax, e a quantidade de títulos lançados nestes formatos, que acarretam na cobrança de um ingresso de maior valor.

Portanto, a arte cinematográfica persiste, apesar das diversas alterações que influenciaram direta ou indiretamente sua história. Cabe lembrar que algumas destas alterações foram absorvidas pelo cinema (incorporação do som e projeção em

cores) e as demais (televisão, videocassete, TV a cabo, DVDs, *Blu-Rays* e *Home Theaters*) competem com ele pelo mercado. Apesar destas ocorrências, todas as evidências indicam que o cinema deverá continuar existindo, mesmo com a entrada destas novas tecnologias digitais (TEO, 2009).

No que se refere à programação dos cinemas na atualidade, pode-se dizer que a maior variedade se encontra em festivais de cinema, pois estes eventos concentram, em poucos dias, mais filmes do que muitos multiplexes – conjuntos de sala de exibição concentradas em um mesmo local – exibem em um ano inteiro, como no caso do *Sitges Film Festival*, o mais longo dos festivais de cinema de gênero fantástico, que exhibe mais de 320 filmes em somente 10 dias. Devido a esta diversidade, a importância dos festivais de cinema hoje é maior do que era antigamente.

Pode-se afirmar que, até a década de 1980, as salas de cinema no Brasil ofereciam uma programação de maior variedade. Para exemplificar isso, pode-se analisar o mercado exibidor cinematográfico do Rio de Janeiro: em 1983 havia 59 cinemas, divididos em 45 pontos da cidade. Estes exibiam concomitantemente 25 filmes diferentes (Globo, 1983). Em 2013, existem nesta mesma cidade aproximadamente 200 cinemas divididos em 50 pontos da cidade e exibindo 45 filmes. É relevante notar que o número de salas de cinema no Rio de Janeiro sofreu um aumento de 3,4%, enquanto que o número de localidades atendidas cresceu apenas 1,1% e o número de filmes exibidos, apenas 1,8%. Ou seja, o número de filmes exibidos aumentou aproximadamente metade do que o número de cinemas. Além disso, o número de localidades atendidas por uma sala de cinema se manteve praticamente igual, indicando a presença massiva dos multiplexes. Cabe ressaltar que a produção cinematográfica do ano de 2012 cadastrada no site IMDB é de 6.752 filmes. Já a produção referente ao ano de 1983 é de apenas 2.893 filmes. Ou seja, apesar da produção anual de filmes ter quase triplicado, a variedade de filmes em exibição no Brasil cresceu numa taxa muito abaixo do desenvolvimento da indústria cinematográfica.

Os festivais de cinema pertencem à “cultura do evento”, à “cultura do extraordinário”, sendo mais significantes como atos sociais do que pelo conteúdo que exibem (QUINTÍN, 2009). Simon Field, crítico e produtor cinematográfico, argumenta que a cultura dos eventos está em evidência e que, apesar da crescente procura por entretenimento caseiro (como o DVD), mais particular e recluso, as

peças almejam participar de um grupo. Os festivais de cinema funcionam como uma força motriz para agregar as pessoas em torno de um interesse comum: o interesse pelo cinema.

É pertinente considerar que o curador de um festival atua como um certificador, colocando um selo de aprovação na experiência a ser apreciada pelos espectadores (QUANDT, 2009). Além disso, o fato de um filme ter sido selecionado por festivais pode futuramente facilitar a venda dos filmes em mercados internacionais e, conseqüentemente, contribuir para o futuro da carreira dos cineastas.

Os festivais internacionais de cinema fantástico que serão analisados neste estudo são eventos que combinam o local (características únicas de cada evento, como os programadores, o público, os cinemas e a cidade em que o festival ocorre) e o global (a diversidade dos países costuma estar presente nos festivais, seja nos filmes exibidos, ou nos convidados que comparecem para apresentar e debater seus filmes). Devido à crescente importância dos eventos aqui estudados, as cidades que os sediam vêm ganhando notoriedade no calendário cultural de seus respectivos países (o Fantastic Fest é o maior festival de cinema fantástico dos Estados Unidos e o Fantaspoa é o maior da América Latina). Além disso, os eventos criam diversas redes sociais:

- 1) Redes de espectadores frequentes, que se conhecem no festival e continuam se reencontrando nos anos seguintes, estabelecendo inclusive laços de amizade que vão além do evento.
- 2) Redes momentâneas, que se formam somente durante os eventos, formadas pelos espectadores, cineastas convidados e realizadores do evento, que tendem a se extinguir uma vez que o evento acabe.
- 3) Redes não percebidas pelos espectadores que, no entanto, são aquelas que permitem que tais eventos aconteçam, compostas pelos programadores dos festivais, cineastas, distribuidores e agentes de venda dos filmes. Esta terceira rede possui uma configuração complexa, permitindo a continuidade dos eventos, com tendências de se ampliar e evoluir de acordo com a maturidade dos mesmos.

Os festivais de cinema podem ser apropriadamente definidos como eventos regulares de curta duração, nos quais filmes são exibidos em uma atmosfera de alta expectativa e com toques festivos. Os festivais permitem aos espectadores a

apreciação de filmes diferenciados – tanto pelo fato de serem geralmente inéditos no circuito comercial, quanto pelo fato de dificilmente chegarem às salas de exibição de outra maneira (DE VALCK, 2007).

Os festivais de cinema são diferentes de outros eventos e manifestações artísticas porque os seus valores preponderantes são os da exibição e da apreciação, isto significa que a importância, para os filmes, não se limita a “ser” uma obra de arte por si só, mas, sim, em “ser apreciado” como tal, atraindo atenção do público e gerando respostas cognitivas e emocionais nos espectadores. Na visão de Möller (2009), infelizmente os festivais de cinema que valorizam a arte como relevante para o desenvolvimento intelectual da humanidade estão se tornando cada vez mais raros. De acordo com o autor, eles existem à sombra da extinção e são facilmente descartáveis, devido à sua maior riqueza ser cultural, e não econômica.

Por outro lado, pela perspectiva da percepção, os festivais de cinema têm aumentado em importância, o que pode ser explicado pela crescente importância da cultura da experiência (PINE; GILMORE, 1999). Analisando-se os festivais de cinema pelo prisma da experiência, é possível conjecturar que as razões pelas quais os festivais abordados no presente estudo são capazes de trazer uma presença massiva de espectadores para cinemas – os quais, em outros eventos não tem a mesma quantidade de público – residem no fato de que os filmes que são exibidos regularmente não são tão atrativos ao público e não contam com o aspecto experiencial.

Segundo De Valck (2007), é válido ressaltar que, em qualquer disciplina, os estudos acerca da temática dos festivais de cinema até o início dos anos 1990 são quase inexistentes. Mesmo as disciplinas de estudos de mídia ou de estudos cinematográficos dedicaram pouca atenção a essa temática. Entretanto, Elsaesser (2005), um dos principais autores contemporâneos da história do cinema, argumenta que o surgimento de novas áreas de pesquisa tem indicado que o estudo dos contextos de exibição pode ser essencial para se entender questões a respeito da produção dos filmes, assim como sobre o desenvolvimento da forma cinematográfica.

Segundo Quintín (2009), o mercado cinematográfico transformou-se em escala mundial a partir de 1995, quando os multiplexes substituíram os cinemas menores. Além disso, muitas cidades ficaram sem nenhum cinema. Essa situação levou os festivais de cinema a crescerem e se multiplicarem devido, em parte, à

pequena diversidade de programação que os multiplexes apresentam (QUINTÍN, 2009). Quintín (2009) complementa que, dadas essas alterações nos setores de distribuição e exibição, a questão de relevância cultural local deixa de ser a existência de cinemas na cidade, tornando-se a ocorrência ou não de um festival de cinema. Segundo De Valck (2007), o valor cultural, adicionado pela seleção e programação do festival, não se limita a um nível de preferência pessoal e se torna uma evidência da qualidade do evento. O processo é similar à maneira pela qual museus e galerias de arte adicionam capital cultural aos artefatos expostos.

Os festivais de cinema, na atual política econômica cinematográfica, existem como uma rede de distribuição alternativa. Peranson (2009) esclarece que o propósito mais significativo desses eventos é permitir à sua audiência a possibilidade de ver filmes que não são projetados comercialmente em um espaço comunitário – obras que a maioria das comunidades, mesmo as mais cosmopolitas, não teria outra oportunidade de apreciar nos cinemas (PERANSON, 2009).

Segundo Peranson (2009), os festivais criam um ambiente propício para a apreciação dos filmes como arte e, dessa maneira, tais eventos se tornam essenciais para a sociedade contemporânea. Ele ainda analisa que os festivais de cinema têm mais capacidade de atrair público por diversos motivos: o seu orçamento para promoção; a possibilidade de serem vistos como um evento temático na cidade e a preparação do público para sua apreciação. Os festivais de cinema não são apenas para cinéfilos, eles oferecem a oportunidade para apreciadores em geral se entregarem ao deleite cinematográfico.

Portanto, os festivais de cinema podem ser considerados experiências e, conforme apresentado a seguir, no tópico “o consumo de experiências”, sua atratividade pode ser maximizada. Tal atratividade pode ser atribuída ao fato dos festivais oferecerem um conjunto grande de filmes em um pequeno espaço de tempo e incentivarem o envolvimento dos espectadores, através da realização de debates e encontros, entre outras características que o diferenciam quando comparados com uma sessão de cinema regular. O objetivo principal dos eventos é atender à cinefilia, abrangendo novidades e destacando filmes antigos. Na analogia de Koehler (2009), “deveria ser utilizado um radar para estar antenado para as novidades interessantes e um par de binóculos para abarcar o passado”.

O festival de cinema – mais do que revista, rádio, televisão, telefone ou computador – é responsável por permitir àqueles que não têm a possibilidade de

viajar, uma pequena visão da riqueza do mundo, com suas diferentes sensibilidades, visões e histórias. Na visão de Martin (2009), o desejo do espectador pelo festival é, simultaneamente, o desejo pelo conhecimento do mundo em si. Já na visão do renomado diretor Atom Egoyan, para alguns tipos de filmes, mais experimentais ou *offbeat*, os festivais de cinema se tornaram possivelmente a única forma de distribuição na atualidade, tornando-se mais relevantes do que eram antigamente (PORTON, 2009). Portanto, pode-se concluir que os festivais de cinema também contribuem para o cosmopolitismo imaginado (Savage et al., 2005) dos seus espectadores.

Os filmes exibidos nesses eventos eventualmente são considerados como possuidores de *status* de culto. Ao falar sobre este tipo de filme, Hills (2007) argumenta que a distinção requerida para o *status* de culto é parcialmente baseado no contexto cultural-textual de tais filmes e nas diferenças que eles possuem em comparação com o *mainstream* das produções provenientes de *Hollywood*, considerando-se que uma parte do que é marginal sempre vem acompanhado de uma especificidade nacional-contextual, fazendo, desta maneira, com que algumas produções de gênero europeias se tornem marginais em mercados além daquele em que são realizadas (HUTCHINGS, 2004). Como Jancovich et al. (2003) comentam, esta suposta diferença do que é *mainstream* (ainda que elas talvez sejam o *mainstream* no país em que tenham sido produzidas) frequentemente envolve a exotização de outras culturas.

3 FESTIVAIS DE CINEMA FANTÁSTICO

Segundo Peranson (2009), existem dois tipos de festivais: o *business festival* e o *audience festival*. Os festivais sobre os quais versa esse trabalho se enquadram no modelo do *audience festival*, tendo as seguintes características:

- 1) Possuem baixo orçamento;
- 2) Parte substancial da renda advém da venda de ingressos;
- 3) Não há preocupação com *premières*;
- 4) Os patrocínios são limitados;
- 5) O número de convidados também é limitado;
- 6) São realizados por uma equipe pequena;
- 7) Exibem poucas mostras retrospectivas;
- 8) A maioria dos filmes exibidos é solicitada aos produtores, ao invés de ser submetida ao festival;
- 9) Possuem pouca (ou nenhuma) influência dos grandes estúdios e
- 10) Estão destinados a permanecer do mesmo tamanho.

Martin (2009) afirma que os festivais capazes de se distinguirem dos demais criam um valor imensurável para si, enquanto festivais destinados a mimetizar os eventos maiores (tais como o Festival de Cannes e o Festival de Veneza) inevitavelmente terão o seu valor diminuído a partir dessa similaridade. Pode-se analisar que essa distinção é uma das mais marcantes características dos festivais de cinema de gênero fantástico. Estes festivais costumam exibir filmes que têm um conteúdo fantástico, o que, nesse caso, significa, de maneira abrangente, “aquilo que foge da realidade”.

Diversos críticos e apreciadores descrevem os festivais de cinema de gênero fantástico como responsáveis por trazer um cinema inovador, original e diferenciado daquele que está sendo exibido no *mainstream*. O público destes eventos pode ser definido como uma mistura entre fãs ávidos, pessoas curiosas buscando um entretenimento diferenciado e cinéfilos em geral. Os festivais de cinema fantástico tendem a serem valorizados pelo seu público cativo quando comparados com outros festivais de cinema, pois são fortemente dedicados à arte cinematográfica, não somente no que tange à exibição de filmes, mas também em atividades paralelas (debates, festas temáticas e workshops, por exemplo), sempre ligadas ao cinema.

Um exemplo do interesse do público é o fato dos ingressos VIP para o festival *Fantastic Fest* (que garantem aos portadores até 24 horas de antecedência na escolha dos filmes a serem assistidos e que são colocados à venda com um ano de antecedência à sua realização) esgotam-se em poucos minutos após o início das vendas. O *Fantastic Fest* criou uma chamada para se diferenciar: “um festival de cinema com todas as partes entediadas eliminadas” – e que define parte significativa do evento. Similarmente, o *Fantaspoa* tem diversas sessões com ingressos esgotados em salas que, outrora, têm até mesmo sessões canceladas devido à ausência de espectadores.

Alguns desses eventos alcançaram patamares significativos no mundo do cinema e dos festivais. Entre eles, pode ser citado o caso do *Fantasporto*, de Portugal, incluído pela Revista *Variety* no ranking dos 25 melhores festivais de cinema do mundo. O *Sitges Film Festival*, da Espanha, por sua vez, é o maior evento de sua cidade-sede, além de ter sido pioneiro como festival de cinema fantástico, contando já com 45 anos de existência (celebrados em 2012) e uma média de público superior a 100 mil espectadores anualmente (para efeitos de comparação, o *Sundance Film Festival*, evento de porte similar e com a mesma duração possui um público médio de 55.000 espectadores anualmente).

3.1 OS GÊNEROS CINEMATOGRAFICOS DO CINEMA FANTÁSTICO

Três gêneros cinematográficos compõem a maior parte da programação dos festivais de cinema fantástico:

3.1.1 Fantasia

É difícil apresentar uma definição precisa do gênero fantasia. Thomas (2000) declara que algumas definições de fantasia são tão amplas que incluem qualquer filme ficcional. Por outro lado, outras definições são tão estreitas que excluem uma série de filmes que poderiam pertencer, legitimamente a esta categoria. Esta mesma

autora (THOMAS, 2000) critica a utilização do termo fantasia como gênero cinematográfico porque a visão geral do público e outros críticos de que a fantasia se restringe apenas ao sobrenatural é muito limitante, ao invés de ser um exemplo do amplo espectro de categorias de gênero. De maneira similar, Donald (1989) até mesmo questiona se é válida a busca por uma definição do gênero fantasia, pois, segundo o autor, elementos fantásticos podem ser encontrados em uma série de gêneros cinematográficos.

Entretanto, apesar de reconhecer a limitação e a simplificação de tal definição, para os fins da presente tese, buscou-se definir filmes de fantasia como filmes com temáticas fantásticas, normalmente envolvendo magia, eventos sobrenaturais, criaturas de faz de conta, ou mundos exóticos de fantasia (DIRKS, 2012).

3.1.2 Ficção-científica

A ficção-científica é um gênero que, apesar de ter surgido nos primórdios do cinema, atingiu o auge de sua popularidade nos anos 50 (HENDERSHOT, 1999). Em parte, devido a dois eventos do final da segunda guerra: o desenvolvimento da bomba atômica e a ansiedade sobre os efeitos apocalípticos de uma possível guerra nuclear, acompanhados de um interesse crescente em filmes sobre alienígenas, o que levou a um aumento na produção de filmes desse gênero.

Este gênero busca enfatizar a ciência real, extrapolativa ou especulativa, e o método empírico, interagindo em um contexto social com o menos enfatizado, mas, ainda assim, presente transcendentalismo da magia e da religião em uma tentativa de reconciliar o homem com o desconhecido (SOBCHACK, 1997). Na visão de Bukatman (1993), o filme de ficção-científica permite que a cultura contemporânea testemunhe uma expressão visual do sublime, seja através da escala do exagero, do apocalíptico ou da transcendência.

3.1.3 Horror

O horror não somente é um dos gêneros cinematográficos mais fecundos da história do cinema, mas também um dos mais adaptáveis (SILVER; URSINI, 2000) e foi estudado por diversos autores (CARROLL, 1990; HUTCHINGS, 2004; JANCOVICH, 2002; SILVER; URSINI, 2000; WORLAND, 2008). Entretanto, ao se fazer um levantamento da maneira como os críticos de cinema e os historiadores escreveram sobre o horror, torna-se evidente a existência de uma certa imprecisão dos elementos que constituem este gênero cinematográfico, tão relevante na história do cinema (HUTCHINGS, 2004). Na visão de Hutchings (2004), a tarefa de definir o que é um filme de horror se torna mais difícil do que parece ser.

As primeiras análises sobre o impacto do horror surgiram relativamente cedo na sua história, podendo ter como marco o ensaio *The Uncanny*, de Freud (1935). Na visão de Silver e Ursini (2000), tendo como base o conceito de Freud, o horror está baseado no reconhecimento de algo estranho em algo familiar, algo que é atraente mesmo quando é repulsivo.

Uma presença recorrente nos filmes de horror é a figura do monstro, que é um ente não natural, referente a um esquema conceitual de natureza de determinada cultura. Eles não pertencem a este esquema – na verdade, o violam. Portanto, os monstros não são somente fisicamente ameaçadores. Eles são cognitivamente ameaçadores. Pode-se dizer que os monstros são, de uma certa maneira, desafios às fundações da forma de pensar de determinada cultura (CARROLL, 1990; DOUGLAS, 1966). Eles são assustadores por muitas razões – não só por causa de sua feiura e por não serem familiares, mas, também, por desafiarem a ordem moral e cosmológica do universo. De acordo com Mary Douglas (1966), a atribuição de impureza ao monstro estaria diretamente relacionada à percepção de que o ser monstruoso transgride ou viola esquemas de categorização cultural. Seres ou coisas intersticiais, que não podem ser arroladas a uma única categoria conceitual, costumam, portanto, ser tomadas como impuras – e, por extensão, repulsivas.

É pertinente lembrar que os três gêneros apresentados acima frequentemente se mesclam, criando filmes híbridos pertencentes a dois ou mais gêneros, conforme estudado por Holland (2009).

Ainda que estes sejam os principais gêneros exibidos nestes eventos, poucos festivais de cinema fantástico mantêm a sua programação dedicada exclusivamente a eles. Parte considerável dos eventos deste tipo inclui também filmes de ação, artes marciais, humor negro e *thriller*. A inclusão destes gêneros se deve tanto a um misto de precariedade na distribuição dos mesmos em salas de cinema, quanto, principalmente, pelo aspecto de culto que eles possuem perante os espectadores. Existem, ainda, aqueles que optam por incluir mostras especiais em seu programa, fato que os permitem buscar filmes de outros gêneros, fugindo do foco primordial do evento. Diferentemente de uma série de festivais de cinema que possuem objetivos mais comerciais, sendo eventualmente co-patrocinados por empresas produtoras e distribuidoras, os festivais de cinema de gênero fantástico têm o seu foco voltado principalmente para a exibição de filmes raros e de difícil acesso, que não chegariam ao espectador se não fosse por meio desses eventos.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1 CCT: CONSUMER CULTURE THEORY

Esta tese pode ser enquadrada dentro da CCT (*Consumer Culture Theory*). A CCT faz referência a uma família de perspectivas teóricas que abordam as relações dinâmicas entre as ações do consumidor, o mercado e os significados culturais. A CCT explora a distribuição heterogênea de significados e a multiplicidade de agrupamentos culturais sobrepostos (ARNOULD; THOMPSON, 2005).

Segundo Arnould e Thompson (2005), a CCT aborda processos sócio-culturais e estruturas que se relacionam com os seguintes temas: (1) identidade do consumidor; (2) culturas do mercado; (3) padrões sócio-históricos de consumo; e (4) ideologias de mercado mediadas pela massa e estratégias interpretativas dos consumidores. Os autores, dois anos depois, montaram o seguinte mapa conceitual para agrupar as categorias que são abordadas na CCT:

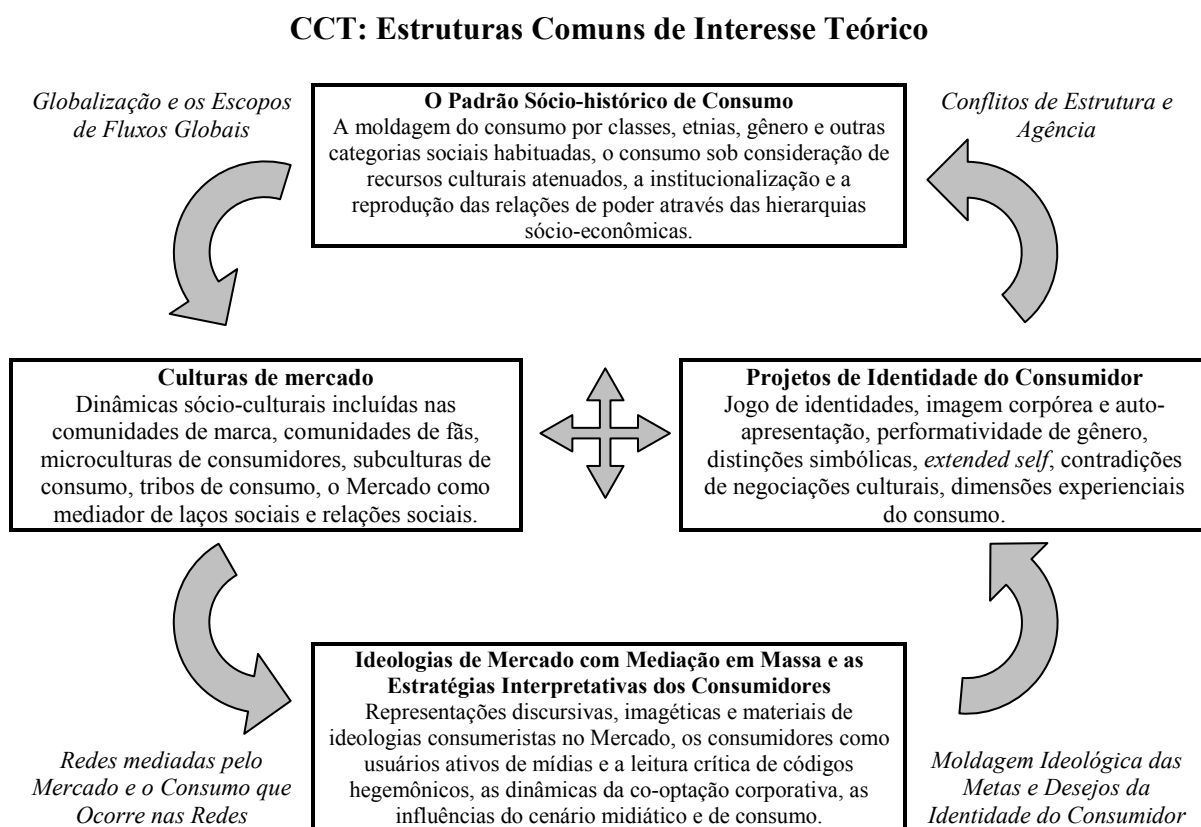


Figura 2 - Mapa conceitual da CCT (ARNOULD; THOMPSON, 2007, tradução do autor).

De acordo com o exposto no mapa conceitual apresentado (ARNOULD; THOMPSON, 2007), percebe-se que uma série de tópicos do presente estudo é abordada pela CCT, tais como comunidades de fãs, microculturas de consumidores, subculturas de consumo, tribos de consumo, distinções simbólicas, *extended self* e dimensões experienciais de consumo.

É válido considerar que, de acordo com Kozinets (2001), o termo “consumer culture” também conceitualiza um sistema interconectado de imagens, textos e objetos produzidos comercialmente e usados pelos grupos – através da construção de práticas, identidades e significados que se sobrepõem e até mesmo criam conflitos entre si – para formar um sentido coletivo dos seus ambientes e para orientar a experiência e a vida de seus membros.

Na visão de Lanier e Schau (2007), se a nova cultura do consumidor se tornou o local no qual os consumidores criam significados de maneira ativa, desenvolvem comunidades ao redor desses significados e potencialmente transmutam as ideologias dominantes que são impostas sobre eles, é necessário que se entenda como a cultura influencia e é influenciada por estes processos.

4.2 IDENTIDADE

Antigamente, a identidade era fixa, sólida e estável, com papéis claros a serem desempenhados. O indivíduo nascia e morria como membro de um mesmo clã, com uma trajetória de vida definida de antemão. Nas sociedades pré-modernas, a identidade não estava sujeita à reflexão e à discussão. O *status* e a posição de uma pessoa na cadeia do ser – a ordem secular e divina das coisas – predominavam sobre qualquer sentimento de que a pessoa fosse um indivíduo soberano (HALL, 2005; KELLNER, 2001; MAUSS, 2003).

A modernidade libertou o indivíduo de seus apoios estáveis nas tradições e nas estruturas (HALL, 2005), permitindo que este construa, dentro de certos limites, sua própria identidade (KELLNER, 2001) móvel e múltipla, sujeita às mudanças e às inovações. Hoje, conceitos como múltiplas identidades, representações de papéis e identidades situacionais (FERLA, 2008) se tornaram termos usuais. O indivíduo, que antes possuía uma identidade unificada e estável, hoje é composto de várias

identidades, algumas contraditórias e não resolvidas (HALL, 2005).

Sirgy (1982) comenta sobre a multidimensionalidade da identidade. Segundo ele, há o *self* atual (como a pessoa percebe a si mesma), o *self* ideal (como a pessoa gostaria de ser percebida pelos outros) e o *self* social (como a pessoa de fato busca se apresentar aos outros). Follman (2001) sugere que “identidade é o processo resultante de uma construção social, de uma construção pessoal e de uma construção na integração do nível pessoal com o social, sendo assim, ao mesmo tempo, algo proposto socialmente e algo reivindicado pessoalmente”.

As identidades se relacionam com ações das pessoas e também com a sociedade e a cultura na qual elas estão inseridas. Existem argumentos de que o consumo exerce um papel importante na identificação de indivíduos (BELK, 1988; FEATHERSTONE, 1995) e que as pessoas tendem a escolher atividades que sejam congruentes com aspectos salientes de suas identidades, assim como tendem a apoiar instituições que representam estas identidades (ASHFORTH; MAEL, 1989). Além disso, deve-se levar em consideração o fato de que, ao formarem comunidades, os indivíduos buscam outros que tenham uma identidade similar à sua (SCHOUTEN; MCALEXANDER, 1995).

Existem fortes argumentos de que o consumo e as posses exercem hoje papéis de suma importância na identificação dos indivíduos (BELK, 1988; FEATHERSTONE, 1995). Belk (1988) analisa a utilização das posses para tentar entender a forma como os indivíduos percebem a si próprios, a forma como percebem os outros e também como fazem uso dessas posses para refletir os seus valores e para apresentá-los às outras pessoas. Segundo Belk (1988), objetos possuídos por determinado indivíduo podem, literalmente, estender a identidades deste indivíduo, como quando uma arma ou ferramenta permite atividades sem as quais esta mesma atividade seria impossível. As posses podem literalmente ser usadas para estender as identidades. De maneira similar, de acordo com Sandvoss (2005), o objeto de admiração por parte dos fãs compõe parte do *self* e, desta maneira, funciona como um extensor da personalidade do indivíduo.

O conteúdo simbólico do consumo é utilizado como uma forma de linguagem através da qual a pessoa transmite mensagens para outros indivíduos (PIACENTINI; MAILER, 2004). Assim, através do consumo, uma pessoa consegue expressar valores culturais, buscar estilos de vida, construir noções sobre si mesmo e manter relações sociais. Essa forma de linguagem através do consumo possibilita que

sejam expressos para o mundo (de forma consciente ou não) as frases e os sentimentos a respeito do indivíduo (WALTHER, 2002). Existem antropólogos que enfatizam a parte significativa dos atos de consumo concebidos como signos em um sistema de informações que expressa relações sociais (DOUGLAS; ISHERWOOD, 1980). Assim como outros autores enfatizam o papel do consumo em um mundo globalizado, no qual bens, pessoas e informações circulam amplamente através de fronteiras e no qual a identidade parece ser cada vez mais o centro de significação pessoal, solidariedade coletiva e *empowerment* (MILLER, 1995).

É válido considerar também a existência do conceito de identidade-para-o-mercado. Esse conceito analisa que a identificação do sujeito com os modos de vida coletivos (as visões de mundo) é mediada pelo mercado. Segundo Machado (2004), o mais comum é a ocorrência da identidade mercantilizada, ou seja, de indivíduos que se definem pelo acesso ao consumo de determinados bens. Analogamente, na visão de Wattanasuwan (2005), o simbolismo de um produto significa a imagem de seu dono e vice-versa. Para Schau (2000), toda forma de consumo pode ser considerada um consumo de sinais simbólicos, na qual os consumidores são “atores” sociais e utilizam ideias, imagens, símbolos e produtos para (re)configurar sua projeção de identidade.

Também deve se considerar que alguns papéis podem ser úteis ou pertinentes durante algum tempo, para depois perderem o seu significado em função de alterações contextuais. Já outros são incorporados de forma mais duradoura, porque seus determinantes ambientais, históricos e sociais também têm caráter mais constante. A interação intersubjetiva com sua natureza dinâmica provoca essas trocas de papéis. A identidade é mutável, relacional e pode variar de acordo com a situação em que o indivíduo se encontra (GOFFMAN, 1985). Além disso, o reconhecimento da própria identidade é importante para os indivíduos e, para que ocorra, a validação social é impreterível (KELLNER, 2001). Ou seja, o indivíduo só estará psicologicamente confortável na sua identidade se os outros reconhecerem o seu comportamento como apropriado (GIDDENS, 2002).

Charles Lee, um arquiteto que projetou mais de trezentos cinemas entre 1920 e 1950, acreditava que, naqueles dias, o cinema proporcionava às pessoas aquilo que lhes faltava em seu cotidiano: religião, consolo, estímulo, arte e, acima de tudo, um sentimento de importância (VALENTINE, 1994). Dado o envolvimento dos espectadores, podemos supor que os valores mencionados por Lee sejam

encontrados nos festivais de cinema.

Pode-se concluir, portanto, que a cultura do consumidor facilita a criação de identidades. Entretanto, tal consumo não necessariamente se limita ao consumo de bens duráveis. O consumo de serviços ou de experiências, como os festivais de cinema analisados nesta tese, também pode ser considerado como uma influência para a identidade dos espectadores ou fãs dos eventos.

4.3 FÃS

Em virtude do contato com os frequentadores dos festivais de cinema estudados e da pesquisa sobre a temática, se torna claro que parte relevante do grupo que frequenta os eventos pode ser definido como fã. Fãs de filmes de gênero (principalmente de horror e ficção-científica, gêneros estes que possuem uma grande base de fãs em diversos países) ou até mesmo entusiastas dos eventos em si, que passam a se autodenominar fãs do evento. Portanto, é apropriado que se analise parte da literatura sobre os estudos de fãs. Para os fins desta tese, cabe explicar que não se optou por uma visão determinista, pois existem fãs que não participam da troca de experiências que acontecem durante os festivais. Assim como existem fãs de cinema de gênero que optam por não ir aos festivais e nem por isso deixam de ser fãs. Entretanto, evidentemente, estes indivíduos não são o foco deste estudo.

A dificuldade de determinar o que o fanatismo inclui ou descreve é evidente na disciplina do comportamento do consumidor. Holbrook (1987) descreve o termo como a busca por atividades de consumo em um nível incrivelmente desproporcional ao consumo realizado pelos outros – referindo-se aqui aos consumidores “mais moderados”. Lehmann (1987) descreve este comportamento como sendo repetitivo e conflitante com a função utilitária do consumo. Além disso, Scammon (1987) descreve-o relatando um profundo comprometimento.

A cultura dos fãs vem recebendo muita atenção dos estudos de mídia contemporâneos, por razões justificáveis. Como fenômeno social e cultural, permite-se que o pesquisador entre em contato com um envolvimento puro, frequentemente incluindo questões de autenticidade, autoafirmação e identidades, comuns entre os

entusiastas (MCCOURT; BURKART, 2006). Na visão de Hoffer (1951), o fanático não é um persistente por princípios. Ele abraça uma causa não por motivos primários que envolvam justiça e santidade, mas por uma necessidade desesperada de ter algo em que ele possa se apoiar, algo que lhe dê segurança. De acordo com Sandvoss (2005), o fã é alguém obcecado por uma celebridade em particular, um programa de TV, um filme. Ele é alguém que passa a produzir quantidades massivas de informação sobre o seu objeto de culto.

Ainda que Jenkins (1988) tenha mencionado que, na época da publicação de seu texto seminal na área de estudos de mídia, a temática dos fãs fosse pouco estudada, cabe lembrar que este autor, assim como outros (SANDVOSS, 2005; VAN ZONEN, 2005; GRAY; SANDVOSS; HARRINGTON, 2007), foca-se principalmente em trabalhos a respeito de fãs de mídia, deixando de considerar estudos mais antigos, devotados principalmente à temática dos fãs de esporte, como os de Guttman (1986), Izenberg (1968) e Roberts (1976).

Fã é um termo que passou a ser mais comumente utilizado durante o século XX, quando o consumo em massa, baseado em novos sistemas de marketing e comunicações transformou o mercado. Não somente as tecnologias criaram uma separação espacial entre os artistas e os públicos no mercado, como também proporcionaram às audiências a habilidade de criar um envolvimento afetivo com artistas ou produtos, permitindo que as pessoas experienciassem, repetissem o processo e estudassem tais textos na intimidade de seus lares e passassem a incorporá-los em seus cotidianos. O fato de que os estudos acerca dos fãs tenham se tornando um campo tão fecundo nos estudos de mídia não é surpreendente. O surgimento dos *fandoms* como um movimento consumidor consciente de suas ações (exemplificado pelos fãs-clubes surgidos nas décadas de 1920 e 1930) parece coincidir com a hegemonia do entretenimento em massa, especialmente com o cinema e a música (CAVICCHI, 2007).

De acordo com Jenkins (1988), um indivíduo se torna um fã não por ser um espectador regular de um programa em particular, mas, sim, por transformar o ato de assistir este programa em uma atividade cultural, dividindo sentimentos e pensamentos sobre o conteúdo do programa com amigos e tornando-se membro de uma comunidade com outros fãs que possuem sentimentos em comum. Sandvoss (2005) busca o denominador comum dentre diferentes visões de *fandom* para definir estes grupos como consumidores frequentes, emocionalmente envolvidos com o

consumo de uma narrativa popular em particular ou de um texto em forma de livros, espetáculos, filmes, programas de televisão ou música, assim como outros textos populares em um sentido mais generalizado.

Estudos sobre espectadores fanáticos podem ajudar a entender e enfrentar desafios que vão muito além do domínio da cultura popular, pois eles esclarecem algo sobre a maneira como ocorre o relacionamento com aqueles que estão ao redor, assim como sobre a maneira que são interpretados textos mediados que constituem uma parte ainda maior do horizonte de experiências. Os fãs tendem a se engajar com estes textos não de uma maneira racional e prática, como a maioria dos consumidores, mas com um forte envolvimento emocional, além dos investimentos financeiros e psicológicos. Estudar as audiências fanáticas permite que o pesquisador explore alguns dos mecanismos-chaves através dos quais se interage com o mundo mediado que se encontra no cerne de identidades e realidades culturais. É possível que uma das mais importantes contribuições da pesquisa contemporânea acerca dos fãs esteja em avançar no entendimento acerca de como são formados laços emocionais entre aqueles que possuem um gosto semelhante no mundo moderno e midiático (GRAY; SANDVOSS; HARRINGTON, 2007).

As práticas de consumo nos grupos de fãs são influenciadas por significados mútuos, assim como por afinidades estruturadas socialmente (tais como gênero, classe social e idade) e pela necessidade de conformação com as categorias culturais macro de consumo (KOZINETS, 2001). Ao redigir um estudo sobre fãs de *Star Trek*, Kozinets (2001) analisou que, através das práticas e significados, os fãs legitimam diferenças particulares, encontram uma força de identidade e poder e sentem-se caracterizados como um grupo, em um contexto social. O consumidor apaixonado ou fanático não entende como as outras pessoas não possuem um interesse tão intenso quanto o seu pelo objeto de adoração (SMITH ET AL., 2007).

Estas práticas e significados abordados por Kozinets (2001) relacionam-se com o conceito de capital cultural de Bourdieu (1986), que se refere à educação, conhecimento e habilidades de uma pessoa e que outorgam à pessoa um determinado *status* em uma sociedade. Nos festivais de cinema, este capital cultural pode ser considerado como referente ao conhecimento que o espectador possui.

De acordo com Jenkins (2006), os fãs são motivados por algo chamado *epistemaphilia*, que significa que eles não somente sentem prazer em saber, mas também em trocar este conhecimento com outros. Portanto, eles buscam uma

comunidade com a qual tenham um senso de pertencimento e com a qual sintam-se capazes de trocar informações. A habilidade de transformar uma reação pessoal em uma interação social e a cultura de espectador em uma cultura participativa é uma das características centrais do *fandom* (JENKINS, 2006). De acordo com Van Zoonen (2005), agrupamentos de fãs são formações sociais que são estruturalmente equivalentes a constituições políticas. Eles são grupos unidos por um sentimento de valor e possuem tendência e disposição para agirem com o objetivo de defender estes valores, com um grau relativamente alto de envolvimento.

Napier (2001) explica que a interação dos fãs com o objeto cultural tende a ser profundamente engajada, transcendendo questões de fronteiras nacionais, conteúdo, estilo e ideologia e não podem ser resumidas em uma descrição sumária. Na visão de Sandvoss (2005), um dos desafios teóricos do pesquisador desta temática é levar em consideração a função dualística do objeto pelo qual o indivíduo é fanático. Isso se deve ao fato dele não ser experienciado em relação ao *self*, mas “como parte integrante do *self* do indivíduo”, apesar de ser um objeto externo. Ou seja, o objeto de fanatismo está intrinsecamente ligado ao sentimento de *self*, à personalidade do indivíduo, àquela que ele gostaria de ter e àquela que ele pensa que tem (SANDVOSS, 2005).

Também é interessante considerar que, similar às suposições de Brooker (2007) e Aden (1998) sobre fãs de séries de televisão, os fãs de festivais de cinema podem experimentar o conceito de *flow* proposto por Csikszentmihalyi (1991) durante o evento. *Flow*, neste contexto, se refere à sensação prazerosa de se “perder” em meio a uma atividade – trabalho, jogos, desafios físicos ou mentais – e se tornar imerso, com um sentimento de envolvimento tão forte em um estado harmonioso no qual metas são estabelecidas e satisfatoriamente alcançadas. O tempo pode se contrair e se expandir enquanto o indivíduo, totalmente absorvido, se funde com a atividade. Este sentimento de imersão ocorre e, então, o mundano é transcendido e o participante entra em um diferente estado de ser, uma forma de comunhão com um texto, com um processo e, às vezes, com outros participantes. Tal exemplo reflete o que pode acontecer quando um espectador participa de um festival de cinema de forma intensa e pode até mesmo ser mais forte quando o indivíduo viaja de outra cidade, estado ou país somente para participar deste evento.

Conforme analisado por Jenkins, na entrevista realizada por Hills (2001), a cultura do *fandom* não versa sobre a noção de Bourdieu de ver a arte como algo

distante, mas sim de ter o controle e o domínio sobre a arte, tornando-a próxima e integrando-a no nosso senso do *self*.

4.4 FORMAÇÃO DE COMUNIDADES

Atualmente, é amplamente aceito o fato de que subculturas de consumo geram significados influenciadores e práticas que estruturam as identidades e relações dos consumidores (HEBIDGE, 1979; KOZINETS, 2001, 2002; MCCRACKEN, 1986; SCHOUTEN; MCALEXANDER, 1995; THORNTON, 1997). Na visão de Pearson (2007), existem não-fãs (*non-fans* no original) que participam de reflexões estéticas ou são influenciados por textos culturais, assim como existem fãs que incorporam estes textos culturais como parte de suas identidades e que frequentemente constroem redes sociais baseadas em objetos de adoração em comum com outros.

O consumido não é o objeto e, sim, a própria relação. Ainda, o ato de consumir vai muito além de uma simples relação com objetos. É uma maneira de se relacionar com a coletividade através da manipulação sistemática dos signos (BAUDRILLARD, 1997). Segundo Belk (2010), atos realizados em conjunto – como participar de um festival de cinema, no caso – tendem a criar laços comunitários com outras pessoas. Sandvoss (2005) argumenta que a maneira com a qual nos relacionamos com recursos simbólicos da cultura popular tem um impacto profundo em nosso ambiente cultural e social e em nossas relações interpessoais.

As pessoas tendem a escolher atividades que sejam congruentes com os aspectos salientes de suas identidades e também tendem a apoiar instituições que representem estas identidades (ASHFORTH; MAEL, 1989). Elas consideram as organizações atrativas quando as suas identidades sociais são percebidas como um senso de distinção. Quanto maior o nível de envolvimento da pessoa com a organização, maior o nível de atratividade da identidade organizacional sobre o indivíduo (DUTTON ET AL., 1994). Uma forte identificação com uma organização faz com que o comportamento cooperativo ante os demais membros do grupo seja elevado devido ao senso de confiança e reciprocidade, à maior atração social entre os membros e à apresentação de uma imagem favorável da organização para si e

para os demais (DUTTON ET AL., 1994).

Schouten e McAlexander (1995) analisaram que, ao formarem grupos, os indivíduos buscam o convívio com outros que tenham traços de identidade parecidos ou compatíveis. Esses grupos ou subculturas trazem para o convívio das pessoas uma identificação com certos bens de consumo através destes objetos ou de atividades realizadas. Segundo esses autores, as mais poderosas forças organizadas na vida moderna são as atividades e relacionamentos interpessoais associados, nos quais as pessoas empreendem seus esforços para dar significados às suas vidas. No processo de escolha de como gastar seu dinheiro e tempo, as pessoas tomam parte na criação de suas próprias categorias de consumo, dando início, assim, às subculturas de consumo.

Segundo Sahlins (2003), existe um predomínio da cultura sobre a utilidade prática, pois o consumo não é apenas uma busca pela satisfação das necessidades, mas uma expressão do universo simbólico em que o indivíduo está inserido. Ao mesmo tempo em que os objetos individualizam o seu possuidor na representação simbólica, ele também serve de amálgama social. Ou seja, ao diferir e personalizar, também liga o indivíduo ao social, justamente a partir do reconhecimento do apreço ao objeto pelo grupo. Os grupos sociais são os responsáveis pela legitimação do valor simbólico do objeto (COELHO, 2002).

Diversos autores (FITZMAURICE; COMEGYS, 2006; HAWKINS; BEST; CONEY, 1995; KOZINETS, 2002; LINRIDGE, 2005; SCHOUTEN; MCALEXANDER, 1995; WATTANASUWAN, 2005) afirmam que a posse e o consumo de alguns produtos criam um sentimento de pertencimento. Na visão de Scaraboto, Zilles e Rodriguez (2005), a felicidade não é obtida pela posse em si, mas pelo reconhecimento que o indivíduo obtém através dela – dependendo do compartilhamento simbólico entre o indivíduo e o grupo – remetendo novamente ao conceito de capital cultural (BOURDIEU, 1986). Arnould e Thompson (2005) complementam estas assertivas ao pontuar que a participação em comunidades de consumo é atividade produtora de uma cultura própria.

Além disso, Loewenfeld e Killian (2009) concluíram que comunidades de marca são responsáveis por agrupar e representar fãs e também por ajudá-los a dividir sentimentos e pensamentos sobre a marca, assim como a experienciar prazeres derivados de atividades interpessoais que tenham relação com esta mesma marca. Portanto, comunidades de marca podem ser essenciais para

satisfazer o desejo humano de pertencimento a um grupo de indivíduos – o instinto tribal.

De acordo com Jenkins (2007), é concebível que exista um novo tipo de poder cultural emergindo, devido ao agrupamento de fãs dentro de grandes comunidades de conhecimento, coletando informações, colaborando com a formação das opiniões uns dos outros e desenvolvendo uma maior consciência a respeito dos diversos interesses e objetivos que eles possuem em comum.

4.5 CONSUMO DE EXPERIÊNCIAS

Ainda que a maior parte da atenção devotada pelos acadêmicos seja destinada ao estudo do consumo de produtos e serviços, nas últimas décadas iniciou-se uma inclinação ao estudo do consumo de “bens” experienciais, tais como o lazer, o entretenimento e as artes (COOPER-MARTIN, 1991, 1992; HOLBROOK; SCHINDLER, 1994; KOZINETS, 2002; LINDGREEN; VANHAMME; BEVERLAND, 2009; REDDY; SWAMINATHAN; MOTLEY, 1998). O Marketing Experiencial se refere às estratégias de criar e prover para os consumidores ofertas que tenham o propósito de facilitar a criação de experiências de consumo memoráveis. Esta definição não busca afirmar que a organização tem total controle sobre estas experiências ou sobre seus efeitos específicos, mas, sim, que estas experiências resultam de transações no mercado envolvendo algum tipo de interação entre a organização e seus clientes (LANIER; HAMPTON, 2009). De acordo com Killian (2009), as experiências podem ser interpretadas como eventos encenados que servem para oferecer um passatempo satisfatório e envolver os consumidores de maneira particular.

Van Boven e Gilovich (2003) afirmam que compras experienciais são aquelas feitas com a intenção primária de se adquirir uma experiência de vida: um evento ou uma série de eventos que alguém vivencia. A perspectiva experiencial é fenomenológica em seu espírito e trata o consumo como um estado subjetivo primário de consciência, com uma variedade de significados simbólicos, respostas hedônicas e critérios estéticos (HOLBROOK; HIRSCHMAN, 1982). A abordagem pós-modernista do estudo do comportamento do consumidor indica que a motivação

dos consumidores é menos influenciada por atributos tangíveis de produtos e serviços do que pelos elementos subconscientes, sensoriais e emocionais derivados da experiência holística, sendo esta advinda de uma experiência de consumo hedônica (LIBERALI, 2000).

De acordo com Lanier e Hampton (2009), o marketing experiencial se foca em satisfazer os desejos dos consumidores através de práticas simbólicas. Sendo assim, a lógica do marketing experiencial se baseia na utilização, integração e prática de um grande grupo de símbolos de maneiras originais e imaginativas para criar ofertas estimulantes e gerar memórias positivas para os clientes. Portanto, não é somente o tipo de recurso que é importante, mas o grau no qual as ofertas estimulam o cliente e criam impressões duradoras referentes ao consumo.

O benefício central de produtos experienciais é o prazer ou o valor hedônico do consumo. Eles se diferem de bens e serviços que têm funções predominantemente utilitárias. O cinema, por exemplo, é puramente experiencial, principalmente se compararmos com a televisão ou com o rádio, que podem ser acompanhados da realização de outras atividades (COOPER-MARTIN, 1992).

Experiências podem ativar emoções positivas, como alegria e satisfação; emoções negativas como raiva, medo, tristeza e desgosto e emoções relativamente neutras, tais como curiosidade, surpresa e aceitação. Deve-se levar em consideração que estas emoções não necessariamente são sentidas de maneira isolada. No passar de poucos minutos – e até mesmo de segundos – uma experiência de consumo pode levar a pessoa em uma montanha russa de emoções, possivelmente começando com uma curiosidade que logo se transforma em surpresa, atinge seu clímax com o medo e resulta na alegria (HONEBEIN; CAMMARANO, 2009).

Entretanto, segundo Pine II e Gilmore (1998), antes que uma empresa possa cobrar pelo ingresso de seus clientes, ela deve elaborar experiências que os consumidores julguem atraentes. A excelência do projeto, do marketing e da entrega são cruciais para as experiências, assim como são para bens e serviços. Pine II e Gilmore (1998) indicaram que uma forma de analisar as experiências é através da consideração de duas dimensões relevantes: a participação do consumidor e a relação deste consumidor com o ambiente no qual a experiência ocorre.

4.5.1 A Participação do Consumidor

Quanto à participação do consumidor, pode-se pensar em um contínuo com duas pontas. Em uma das pontas se encontra a participação passiva, na qual os consumidores não afetam o desempenho do evento. Esse tipo de evento inclui as pessoas que vão a um concerto, por exemplo, e que vivem a experiência do evento como observadores ou ouvintes. Na outra ponta da escala está a participação ativa, na qual os participantes desempenham papéis significativos e relevantes na criação do evento, resultando na experiência. Aqui se incluem passeios de asa-delta, por exemplo. Porém, são raras as situações nas quais somos exclusivamente passivos. Um mesmo show pode ter duas execuções diferentes, de acordo com a receptividade do público. Uma exibição em um festival de cinema fantástico e uma sessão comercial de um mesmo filme, fora do festival tendem a ser diferentes, devido ao público que estará presente em cada uma das sessões. Apenas pelo fato de estarem presentes, os espectadores já contribuem para a aura do evento que os demais estão experienciando.

4.5.2 O Relacionamento do Consumidor com o Ambiente no qual o Evento Ocorre

Existe também um contínuo no que tange o relacionamento do consumidor com o ambiente do evento. Em uma ponta deste espectro se encontra a absorção – ocupando a atenção do indivíduo e trazendo a experiência a sua mente – e na outra ponta se encontra a imersão – na qual o indivíduo se torna fisicamente (ou virtualmente) parte da experiência em si.

É importante considerar que a ponta deste espectro e as dimensões da experiência não são mutuamente excludentes. Na verdade, empregar diversas estratégias ao mesmo tempo é uma receita para se criar uma experiência mais interessante e mais completa (LOWY; HOOD, 2004). Na visão de Pine II e Gilmore (1998), existe um ponto central (no original *sweet spot*) no qual as quatro dimensões podem ser experienciadas ao mesmo tempo.

As experiências, portanto, podem ser divididas em quatro categorias, de acordo com a sua localização no espectro, que é formado com base nas duas dimensões acima apresentadas: entretenimento, educacional, estético e escapismo. A experiência de se assistir a um filme pode ser considerada como inclusa principalmente na categoria do entretenimento, no qual os espectadores são mais passivos e tendem a criar uma conexão mais caracterizada com a absorção do que com a imersão.

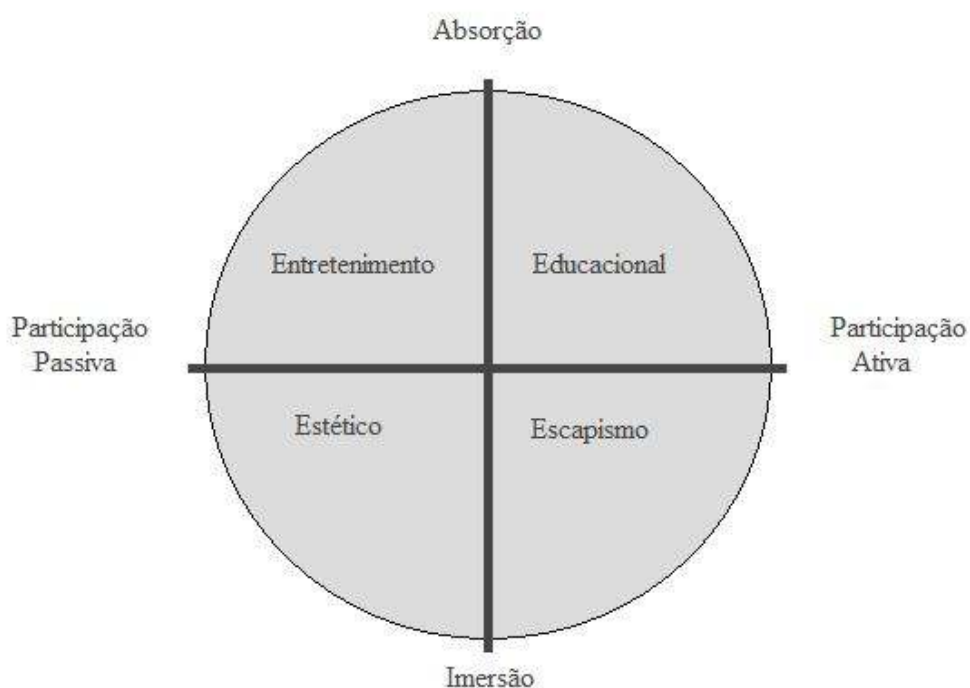


Figura 3 – As quatro áreas de experiência. Fonte: Pine II & Gilmore (1998)

Participar de um festival de cinema fantástico, apesar de se incluir principalmente na categoria do entretenimento, também oscila nos outros quadrantes, uma vez que a participação é mais ativa do que se o filme fosse assistido em casa, ou mesmo no cinema em uma sessão comercial. Por outro lado, em virtude do tempo que a maioria dos espectadores dispense para dedicar ao festival, a experiência de ir ao festival também acaba tendo características da imersão, principalmente devido às atividades paralelas, como debates, cursos, sessões comentadas e festas. Portanto, pode-se supor que a participação ativa de um espectador em um festival de cinema fantástico se aproximaria do “sweet spot” almejado, permitindo assim a experiência simultânea dos diferentes quadrantes.

Quando se assiste a um filme junto com outros espectadores, em uma tela grande com projeção de alta qualidade e um som altamente envolvente, um ambiente fortemente propício para a apreciação fílmica é criado, algo que seria impossível de ser replicado, com todas estas características ao se assistir um filme em casa. Entretanto, é importante destacar que os festivais de cinema, foco deste estudo, podem ser considerados experiências mais ricas do que uma ida regular ao cinema. Isso se deve ao tempo que os espectadores dedicam ao evento, podendo chegar, até mesmo, a 12 horas por dia. Além disso, deve-se levar em consideração que a maioria dos espectadores troca opiniões e dicas com outros espectadores sobre os filmes, dentre outros assuntos, desta maneira alcançando também outras dimensões da experiência de consumo. Portanto, para parte significativa dos espectadores do evento, o festival não é somente uma atividade “passiva” e eles não se limitam a serem “absorvidos”. É algo que envolve também a “imersão” e o envolvimento “ativo”.

A principal diferença observada entre um festival de cinema fantástico e outros festivais de cinema reside não somente no evento em si (que costuma ter um ambiente mais descontraído e informal, sem o glamour de grandes festivais, permitindo a aproximação dos diretores, produtores e atores com o grande público), mas nas características pessoais de seus espectadores. Parte significativa dos presentes são fãs ávidos por cinema de gênero, que não se limitam a assistir aos filmes de maneira passiva, mas buscam mais informações a respeito dos mesmos. São pessoas que, em geral, possuem interesse em conhecer a história dos bastidores. Os preconceitos que existem contra o cinema de gênero fantástico, principalmente com o horror, tendem a fazer com que estes espectadores defendam ainda mais aquilo que amam. Cabe ressaltar aqui que é comum encontrar nestes eventos cinéfilos que se definem como fãs de ficção-científica, fantasia e, principalmente, de horror e que raramente o termo “fã” seria utilizado para apreciadores de outros gêneros.

Em geral, as experiências provêm os consumidores com um acesso de curto prazo a mundos simulados e estados alterados de consciência (KILIAN, 2009). Elas são estímulos ativados por sentidos, sentimentos e pensamentos, evoluindo como o resultado do encontro, da experiência e da vivência de situações (KILIAN, 2009).

Na visão de Healy, Beverland e Oppewal (2009), as experiências consistem em significados sagrados e são fenômenos holísticos que colaboram na formação

dos indivíduos em um nível emocional, psicológico e cognitivo. Os momentos da experiência se tornam experiências profundas e memoráveis se tiverem um significado que seja duradouro, ou até mesmo eterno, para o consumidor.

5 MÉTODO

Este capítulo visa apresentar a metodologia utilizada na tese e delinear os procedimentos empregados na pesquisa empírica. Primeiramente, os dois festivais de cinema serão brevemente apresentados e, então, serão analisados os métodos utilizados de acordo com o paradigma interpretativista e os preceitos etnográficos que permeiam o estudo. Logo após serão apresentadas as técnicas de obtenção de dados utilizadas: a observação participante e a videografia. Por fim, o processo de coleta de dados e sua análise são abordados, assim como as limitações das técnicas escolhidas.

A fim de coletar dados *in situ* para esta tese, a parte empírica deste estudo foi conduzida em dois diferentes ambientes, durante os seguintes festivais de cinema: Fantastic Fest (Austin, Estados Unidos, setembro de 2010), Fantaspoa (Porto Alegre, Brasil, maio de 2012).

A escolha por um estudo transcultural em 2 diferentes festivais e países não é arbitrária, mas, sim, devido às particularidades de cada um destes eventos e da possibilidade de expansão dos resultados do estudo. Segue abaixo uma apresentação resumida sobre cada um destes eventos (tal apresentação será ampliada no capítulo 8):

- 1) **Fantastic Fest:** Este festival, que ocorre no Texas, apesar de recente (a sexta edição ocorreu no ano de 2012), já é considerado pela crítica especializada o maior festival de cinema de gênero fantástico dos Estados Unidos. Ele é realizado com um grande orçamento e apresenta um grande número de convidados estrangeiros em cada edição, além de exibir filmes em película, sempre que possível. Ainda que os organizadores deste festival tenham uma preocupação com a satisfação de seus espectadores, eles também buscam uma forte relação com o mercado cinematográfico e colaboram com o processo das vendas dos direitos de distribuição de filmes durante o evento.
- 2) **Fantaspoa:** O Festival Internacional de Cinema Fantástico de Porto Alegre é considerado o maior evento cinematográfico do gênero na América Latina (CANÔNICO, 2012). Apesar do baixo orçamento com que o evento é realizado, os organizadores do festival optam por uma programação

diferenciada, que até então não era exibida no Brasil. Para superar as limitações orçamentárias, o festival busca alternativas de exibição, negociando exibições gratuitas com distribuidores, exibindo filmes em DVD e *Blu-Ray* e tendo uma equipe própria de legendagem, uma vez que o transporte de cópias em película e o gasto com as legendas costumam estar entre as principais despesas de qualquer evento que tenha um grande número de filmes em sua programação.

5.1 O INTERPRETATIVISMO E A ETNOGRAFIA

Apesar de não existir uma vinculação definitiva entre técnicas de coleta de dados e paradigmas de pesquisa, historicamente, há uma associação do positivismo com trabalhos quantitativos e do interpretativismo com pesquisas qualitativas. A pesquisa qualitativa não é apenas não numérica. Sua defesa central reside na sua habilidade de penetrar em mundos sociais de experiências de atores que se autodirigem, seja através da palavra escrita ou dita (MANGEN, 1999). Diferentemente do positivismo, que busca alcançar uma visão objetiva da realidade, o paradigma interpretativista visa compreender a complexidade dos fenômenos sociais de maneira integrada, a partir dos significados que as pessoas lhes conferem, partindo das relações sociais e culturais que se estabelecem no campo (GODOY, 1995; DENZIN; LINCOLN, 2000).

Na visão de Hopkinson e Hogg (2006), o interpretativista se preocupa em entender a realidade pela perspectiva dos sujeitos estudados num contexto específico e explorar os significados com os quais eles constroem o mundo onde vivem. Hackley (2003) analisa que os pesquisadores interpretativos procuram compreender a forma como a vida social é ativamente produzida pela linguagem, pelos comportamentos e pelas práticas sociais das pessoas. O resultado destas pesquisas tende a apresentar maior riqueza de informação e interpretação, dada a capacidade de capturar as nuances das ações humanas de maneira mais precisa (GERGEN; GERGEN, 2000).

Segundo o interpretativismo, para entender uma determinada ação social (por exemplo, *sharing*, o ato de colecionar ou qualquer atividade de consumo), o

pesquisador deve buscar os significados que constituem essa ação. As ações humanas devem ser vistas como repletas de significado e com algum conteúdo intencional que só pode ser entendido levando-se em conta os sistemas de significado aos quais ela pertence. Para entender o que uma ação em particular significa, o pesquisador deve interpretar de maneira singular tais ações (SCHWANDT, 2003). Conforme analisado por Geertz (1973), a análise da cultura não deve ser uma ciência experimental em busca de leis, mas uma ciência interpretativa em busca de significados.

Conforme indicado por Wolcott (1999) ao analisar a definição de Frake de 1964 (apud WOLCOTT, 1999), a descrição de uma cultura, uma etnografia, é produzida a partir de um relato etnográfico dos eventos de uma sociedade em um determinado espaço de tempo. Segundo Wolcott (1999), para descrever uma cultura não é necessário narrar todos os eventos da sociedade, mas, sim, especificar o que o leitor deve saber para compreender ao máximo os eventos descritos. O problema não é descrever o que alguém fez, mas especificar as condições sob as quais se torna culturalmente adequado antecipar que determinada pessoa, ocupando um determinado papel, exerceria uma performance equivalente. Este conceito de descrição cultural implica que uma etnografia deve ser uma teoria do comportamento cultural em uma sociedade em particular.

A etnografia se refere, em termos gerais, ao processo de pesquisa no qual o pesquisador se engaja com proximidade da vida cotidiana de um contexto social e coleta dados usando métodos etnográficos de observação e participação – uma experiência denominada de trabalho de campo – e depois redige relatos deste processo (MOISANDER; VALTONEN, 2006). A etnografia se caracteriza como um trabalho intensivo e envolve um contato direto e prolongado com os membros de um grupo em um esforço para alcançar explicações holísticas e complexas. O cerne da etnografia é o trabalho de campo, no qual o pesquisador tem contato com as pessoas em seu ambiente natural.

O campo de estudo do comportamento do consumidor tem aplicado cada vez mais métodos etnográficos orientados ao estudo do mercado (WALLENDORF; BELK, 1989, ARNOULD; WALLENDORF, 1994), nos quais o pesquisador faz uma imersão nos hábitos de consumo ou no fenômeno de marketing. Tanto a coleta de dados, quanto sua interpretação são guiadas por um *design* emergente, no qual o pesquisador constrói um entendimento do fenômeno como ele existe em seu

ambiente natural (BELK ET AL., 1989; DENZIN, 1988).

Os depoimentos dos participantes são uma importante fonte de dados e deve ser permitido que suas palavras estejam presentes na redação final do texto, que deve ser uma narrativa coerente, fluida e legível (BOYLE, 1994; MUECKE, 1994). Arnould (1998) organizou um resumo útil da etnografia e do seu papel na pesquisa do consumidor, incluindo os seguintes pontos:

- 1) A etnografia deve almejar explicar as maneiras como a cultura constrói e é construída pelo comportamento e experiência de seus membros;
- 2) A etnografia envolve uma participação prolongada em uma cultura ou subcultura específica;
- 3) A etnografia no comportamento do consumidor tende a ser particularizável e não generalizável, sustentando relatos pluralistas de consumo;
- 4) O potencial para a etnografia está na aplicação de métodos múltiplos de coleta de dados em um único fenômeno. Estes podem variar de *surveys* para dados observacionais, filmagens em vídeo, fotografias e gravações de discurso em ação;
- 5) A etnografia requer táticas para representar os achados da pesquisa. Estas representações devem almejar revelar os significados variados que as atividades de marketing têm para o consumidor.

Snow e Anderson (1987) sugerem que o conjunto básico das possibilidades da pesquisa etnográfica se divide em perspectiva em ação, que analisa o comportamento dos sujeitos, e perspectiva de ação, que analisa como os sujeitos falam sobre o seu comportamento. O objetivo desta pesquisa é observar e descrever a perspectiva em ação, analisando o comportamento dos espectadores durante os festivais de cinema, e realizar uma série de entrevistas filmadas, a fim de capturar a perspectiva de ação.

Segundo Wolcott (1999), a etnografia não é somente um processo de pesquisa, mas também um produto e especialmente um ponto de vista sobre uma determinada cultura. Portanto, o método utilizado no presente estudo caracteriza-se como tendo sua base nos preceitos da pesquisa etnográfica, utilizando-se de suas técnicas para observar e estudar o fenômeno analisado. Para tal, foram realizados dois momentos de incursão a dois diferentes campos para a coleta de dados,

através das técnicas complementares de observação participante e da realização de entrevistas filmadas.

A utilização de multimétodos foi escolhida devido à possibilidade de permitir ao pesquisador estudar complexidades que só são reveladas quando diferentes metodologias são utilizadas (ELLIOTT, 2004). De acordo com Brewer e Hunter (2006), o uso de técnicas multimetodológicas é simples, porém abrangente e permite que um problema de pesquisa seja estudado com um conjunto de métodos que podem possuir diferentes fraquezas e também forças complementares, gerando assim um conteúdo final de maior riqueza.

5.2A OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

O método da observação participante surgiu no início do século XX, no âmbito da antropologia cultural e seu desenvolvimento é comumente associado a Bronislaw Malinowski (MALINOWSKI, 1922). Atualmente existem duas principais maneiras de utilização do método: ele pode ser utilizado somente para analisar um determinado grupo ou situação ou pode ser combinado com entrevistas e outras técnicas (ZAHLE, 2012), como foi a opção no presente estudo.

O aspecto participatório do método requer que o pesquisador procure os indivíduos a serem estudados em seu ambiente natural e se envolva em seu meio de vida. Stake (2010) complementa que parte da validade do método se dá pelo fato de que o pesquisador é capaz de viver um pouco da experiência que ele está estudando diretamente e não apenas se aproximar daqueles que ele estuda. Na visão de Guber (2001), a observação participante consiste no processo de capturar as especificidades de uma atividade conectada a uma determinada cultura a fim de analisá-la.

Bernard (2006) elencou cinco razões para a utilização da observação participante, analisadas por Guest, Namey e Mitchell (2012) e apresentadas abaixo:

- 1. Acessar as áreas do estudo para coletar um maior conjunto de dados:** somente aqueles com privilégios que foram permitidos pelos participantes podem observar alguns eventos. Na maioria dos grupos sociais, há eventos que aqueles que não são do meio não tem a permissão de ver, ou mesmo de

conhecer. O pesquisador não tem como coletar estes dados se ele não está dentro como participante;

2. Reduzir o problema da reatividade: as pessoas mudam seu comportamento ao perceberem pessoas estranhas ao ambiente e, por isso, o pesquisador deve parar de ser alguém que faça as pessoas mudarem seu comportamento. Um observador participante bem sucedido se encaixa suficientemente bem no ambiente para ser ignorado, mesmo se ele estiver tirando fotos, filmando, gravando áudio ou tomando notas;

3. Permitir ao pesquisador saber que questão deve ser perguntada: estar inserido no contexto social ajuda o pesquisador a aprender que questões são relevantes, assim como perguntá-las de forma que elas façam sentido para os entrevistados. O valor da observação participante nos estágios iniciais de aprendizagem acerca de uma cultura ou de um contexto social pode ser enorme. Um dos erros mais comuns no desenvolvimento de *surveys* ou de guias de entrevista em profundidade é perguntar questões que não estejam de acordo com o vocabulário dos estudados ou perguntá-las em um “discurso de pesquisa” e não no vernáculo local. A observação participante ensina o que deve ser perguntado e como;

4. Ganhar um entendimento intuitivo do significado dos seus dados: a interpretação de dados qualitativos é sempre uma atividade com um viés subjetivo. Aqueles que questionam a validade de métodos qualitativos frequentemente apontam para exemplos de estudos nos quais os pesquisadores deixaram de compreender o que era óbvio para os *insiders* que possuem o conhecimento ou para os membros do grupo social ou da cultura estudada. A observação participante traz um conhecimento íntimo da área de estudo, reduzindo significativamente este tipo de erro de validade. Como alguém que está experienciando o fenômeno social de interesse, o pesquisador será capaz de se posicionar sobre o significado dos seus dados com a confiança de quem está verdadeiramente entendendo o que estuda;

5. Analisar questões que estariam indisponíveis através de outras técnicas de coleta de dados: para muitas experiências humanas não existem guias, conjunto de regras oficial ou treinamento formal para crianças ou não iniciados. Isso é verdade em muitos aspectos da vida pública e privada – como as organizações e instituições funcionam, como um indivíduo

obtem seu sustento, cresce e se desenvolve para se tornar membro de diversos grupos sociais. Tais atividades são aprendidas ao se fazê-las. Para aprender sobre elas, não há nenhum substituto para fazê-las além de se tornar um observador participante.

No caso específico dos festivais de cinema, assim como em outros eventos que ocorrem em um período de tempo limitado, a inserção do pesquisador deve ser intensa, pois os eventos aqui estudados se resumem a 17 dias (Fantaspoa) e 8 dias (Fantastic Fest), exigindo, dessa maneira, uma dedicação e inserção diária do pesquisador em campo durante seu acontecimento.

5.3 VIDEOGRAFIA

Não importa se consumidores, administradores, pesquisadores ou professores, aqueles que optarem por ignorar a imagem visual e pensarem apenas em termos de palavras e números devem fazê-lo por sua conta e risco (BELK, 2006).

A videografia consiste na utilização de métodos audiovisuais para os propósitos etnográficos no estudo da cultura do consumidor e dos mercados. O método emprega a utilização de filmagens não somente para registrar o campo estudado, mas também para analisar e apresentar os resultados (BELK; KOZINETS, 2005, KOZINETS; BELK, 2006). O uso de vídeo como um método de coleta de dados empíricos e da videografia como apresentação da pesquisa acadêmica vem ganhando espaço nas últimas duas décadas no campo do comportamento do consumidor. Segundo Belk (2011), diversas conferências aceitam trabalhos videográficos. Além de publicações da área que tiveram edições em DVD (ex.: BELK; KOZINETS 2005, 2007; CALDWELL, 2011; CALDWELL; HENRY, 2010), a distribuição através da internet é cada vez mais fácil e a *Association for Consumer Research* vem realizando uma mostra anual de filmes desde 2001 (BELK; KOZINETS, 2010).

De acordo com Kozinets e Belk (2006), no passado, os pesquisadores da área do comportamento do consumidor subestimaram – e até mesmo ignoraram – a

importância do texto audiovisual em seus trabalhos e, portanto, não consideraram de forma apropriada os aspectos visuais e auditivos vividos na cultura de consumo. Tal fato não apenas ocasionava uma falta de representatividade do mundo real, mas também perdas ao não expressar a visão e a melodia englobada na possível contribuição conceitual do pesquisador.

No entanto, hoje, o uso de videografias como um método de pesquisa em estudos acadêmicos da área de marketing está se disseminando. Na área do comportamento do consumidor, podem-se citar os estudos de Smith et al. (2007), Kimura e Belk (2005), Bengtsson, Ostberg e Kjeldgaard (2005), Fleck et al. (2010), entre diversos outros. A escolha pela videografia se deve à sua capacidade de representar de maneira holística os informantes e suas histórias e capturar mais efetivamente a essência das histórias do que a palavra escrita (FERGUSSON; TODD, 2006). É relevante mencionar ainda que o material videográfico também contém uma abundante informação visual que o texto não seria capaz de transmitir (HEISLEY, 2001).

De acordo com Smith et al. (2007), a videografia é um método apropriado para explorar as experiências dos fãs, uma vez que capturar os “fanáticos” em seu ambiente e representar o seu discurso de uma maneira forte e “êmica” privilegia o ponto de vista em primeira pessoa. Assim, permite-se que o público acadêmico interprete de maneira mais livre e decida por si mesmo o que constitui estas comunidades de fãs, de acordo com a maneira como os fãs as criam.

Belk e Kozinets (2006, 2007) defendem o desenvolvimento de critérios avaliativos que julguem a qualidade dos trabalhos videográficos e resumem isso nos quatro critérios Ts – topical, theoretical, theatrical e technical. Ou seja, devem ser atingidos padrões tópicos, teóricos, técnicos e de teatralidade. A convenção fílmica demanda que a videografia conte alguma “história” e, para que sejam filmes de qualidade, é necessário um certo domínio sobre a filmagem e a edição.

Analisando as vantagens que o vídeo traz em comparação com a representação textual, é possível inferir que a representação videográfica pode ser ressonante, emocional e vibrante (KOZINETS; BELK, 2006), podendo capturar uma série de informações adicionais – tais como objetos que o entrevistado possa querer mostrar para o pesquisador ou até mesmo a riqueza do local de pesquisa. De acordo com Spanjaard e Freeman (2006), a videografia permite uma maior compreensão, assim como uma maior riqueza de resultados do que entrevistas

gravadas da maneira mais convencional.

Uma das principais forças da realização de videografias é que este método de pesquisa potencialmente abre mais caminhos para a interpretação dos textos do consumidor (SMITH ET AL., 2007). A informação visual é cognitivamente mais complexa do que a textual e a aprendizagem é facilitada quando a informação é apresentada de forma variada. Portanto, estudos que combinem elementos visuais e textuais tendem a ser mais abrangentes para a disseminação do conhecimento (HEISLEY, 2001).

Sherry e Schouten (2002) concluíram que uma das mais convincentes vantagens deste método é a sua habilidade de engajar a audiência em um conjunto multisensorial de materiais que facilita o ganho de conhecimento, não somente cognitivo sobre o assunto pesquisado, mas, também, ressonante e emocional.

A captura através do vídeo permite a produção – e posterior exibição e difusão – do resultado da pesquisa em vídeo, que apresenta o entrevistado em primeira pessoa para aquele que assiste ao vídeo, permitindo que o receptor do texto videográfico não receba somente a palavra através de um texto finalizado, produzido pelo pesquisador, mas tenha um contato, ainda que por poucos minutos através do vídeo, com o entrevistado que foi tema de estudo da pesquisa. Em suma, o vídeo que acompanha esta tese pode ser visto como algo que torna a pesquisa mais “viva” e permite que a mesma se comunique, levando o texto acadêmico, para além do meio acadêmico, tornando-o mais palatável – e apreciável – para o público em geral.

A videografia, portanto, permite que um estudo que outrora poderia ter um público somente acadêmico, seja apreciado por um público mais amplo. Na visão de Kozinets e Belk (2007), a função comunicativa da pesquisa do consumidor é crucial, já que os acadêmicos devem comunicar a importância de seus achados para públicos diversificados. Ao tratar do uso de estudos no campo da antropologia visual que utilizam o vídeo como recurso de pesquisa, Fonseca (1994) afirma que o texto escrito é destinado – em 90% dos casos – somente a um público especializado, enquanto o texto videográfico cria um vínculo efetivo e permanente entre o meio acadêmico e a sociedade como um todo. Na opinião de Rial (1994), é possível que sejam desenvolvidos vídeos acadêmicos que sejam belos e proporcionem prazer aos espectadores, em adição, evidentemente, à transmissão do conhecimento. Desta maneira, os vídeos podem atrair mais atenção e, conseqüentemente,

disseminar de maneira mais ampla os resultados de uma determinada pesquisa.

O pesquisador e professor Rob Kozinets (ASSOCIATION FOR CONSUMER RESEARCH, 2010) fez um apelo para que os pesquisadores da área do comportamento de consumidor não se limitassem a produzir conhecimento que atingisse somente acadêmicos. Pois uma das maiores limitações de qualquer área de conhecimento é a sua falta de capacidade de traduzir este conhecimento para o público não especializado. A produção de vídeos na pesquisa do consumidor tem a capacidade de se tornar um dos mais efetivos meios para levar o conhecimento para esse público.

A demanda por videografias na pesquisa comercial sobre consumo é mais uma evidência da relevância deste método (KOZINETS; BELK, 2006). A indústria cada vez mais vem se utilizando da técnica videográfica para representar as realidades do consumidor e transmitir os resultados de suas pesquisas de mercado (BELK; KOZINETS, 2010). Os clientes que contratam pesquisas etnográficas cada vez mais solicitam a complementação do resultado escrito com vídeos – e até mesmo somente vídeos (SUNDERLAND, 2006). Um exemplo é o estudo realizado por John Schouten e Jim McAlexander para a Nissan, em 2003. Foi requisitado aos pesquisadores contratados que o resultado da pesquisa fosse apresentado somente em forma de vídeo, sem o uso de material escrito (BELK; KOZINETS, 2005).

De acordo com Kozinets e Belk (2007), nossas vidas enquanto consumidores se distinguem não somente por pensamentos, atitudes e conceitos, mas também por cores, formas, barulhos, movimentos e sons de pessoas e objetos em constante interação. A videografia, portanto, é uma maneira do pesquisador se tornar mais próximo do consumidor devido à análise de tais aspectos. Belk e Kozinets (2005) concluem que este tipo de pesquisa está mais conectado com o cotidiano dos consumidores e permite que o pesquisador capture e expresse sua realidade de maneira mais vívida.

Russel (1999) analisa que a videoetnografia – termo utilizado para se referir às videografias na antropologia visual – evoca constantes discussões sobre diferentes tópicos, tais como, objetividade, subjetividade, realismo, estrutura narrativa e questões éticas de representação. A conexão com as Ciências Sociais implica em um comprometimento com a objetividade. O papel do vídeo, acima de qualquer outro, é de se tornar evidência empírica do estudo. Este comprometimento, entretanto, não é fácil de ser alcançado, devido à falta de um conjunto claramente

estabelecido de regras para o desenvolvimento de uma vídeoetnografia.

Cabe mencionar que os estudos videográficos podem, atualmente, ser feitos com um baixo orçamento, devido à revolução digital. Vinte anos atrás, a captura de dados similares seria virtualmente impossível com o mesmo orçamento, devido aos custos exorbitantes de filmagem e edição. Hoje em dia, pode-se filmar um material de alta qualidade utilizando cartões de memória e eliminando, assim, o custo do filme (ou de fitas). Além disso, podem-se posteriormente utilizar programas de edição de baixo custo em computadores pessoais – inclusive existem opções gratuitas inclusas em sistemas operacionais – sem que haja redução na qualidade do material produzido.

É relevante, também, que sejam mencionadas as limitações e desvantagens da técnica utilizada. A maior desvantagem da realização das entrevistas gravadas é o risco do entrevistado ficar constrangido ou envergonhado devido à presença da câmera. Entretanto, de acordo com as sugestões de Belk e Kozinets (2005), nesta tese os entrevistadores tomaram a precaução de explicar claramente a meta da pesquisa e obtiveram consentimento do entrevistado quanto à sua participação no estudo. Além disso, antes de iniciar a entrevista *per se*, foram feitas perguntas com o objetivo de relaxar o entrevistado, perguntas relativas a tópicos gerais do festival, a fim de aumentar a fluidez e a naturalidade das entrevistas.

Apesar dos avanços na receptividade à videografia na área de marketing desde a primeira pesquisa videográfica realizada em 1986 (WALLENDORF; BELK, 1987), seguem existindo dúvidas epistemológicas a respeito do valor da pesquisa audiovisual. Pois, comparadas às palavras, as imagens sempre ficam com a parte negativa do dualismo do modernismo: as palavras são objetivas e as imagens subjetivas; as palavras oferecem abstração teórica e as imagens se limitam a refletir a realidade; as palavras trazem informação, as imagens evocam o entretenimento; as palavras se equivalem à ciência, enquanto as imagens se equivalem à arte (KOZINETS; BELK, 2007, SUNDERLAND, 2006). Estes dualismos reduzem o potencial do audiovisual e dificultam a aceitação da videografia como um método legítimo dos resultados da pesquisa do consumidor.

Kozinets e Belk (2006), apresentaram indagações relevantes referentes ao relacionamento entre o resultado videográfico e o resultado escrito: a representação audiovisual é mais adequada quando acompanhada de um material escrito que trata o tópico de pesquisa de uma maneira convencional? O material audiovisual depende

do material escrito para ganhar credibilidade e aceitabilidade? Ou ele deve ser tratado como um meio diferente e independente? Caso os trabalhos audiovisuais e a palavra escrita provoquem diferentes tipos de entendimento, um dos tipos de entendimento deve ser considerado mais válido do que o outro?

Debora Heisley (2001) listou sete razões que resumem os motivos pelos quais a pesquisa feita com vídeo não é bem recebida: (1) os pesquisadores pensam que o trabalho visual pode ser encarado com menos seriedade pela academia; (2) a interpretação visual é aberta e esta perda de controle pode ser desconfortável e ameaçadora para o pesquisador; (3) os pesquisadores podem não ter familiaridade com equipamentos de vídeo de alta qualidade; (4) os pesquisadores são influenciados pelo viés geral da população com relação à palavra escrita ser mais intelectual do que o texto visual; (5) não há um processo de revisores existente que possa legitimar o trabalho; (6) o trabalho não será incluído em publicações tradicionais e, portanto, não pode se beneficiar da indicação de qualidade que um *journal* respeitado pode oferecer e (7) é muito trabalhoso.

A análise e a interpretação das entrevistas, assim como dos dados obtidos através da observação participante se deu através de um processo subjetivo do pesquisador e isso faz com que seja mais difícil fazer generalizações que possam se aplicar a outros casos.

5.4 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Optou-se, na análise dos resultados, por mesclar os dados oriundos da observação participante e os trechos das entrevistas, a fim de deixar o texto mais fluido.

A observação participante ocorreu durante o período total de realização de ambos os eventos. No caso do Texas (Festival Fantastic Fest), o autor da tese foi o próprio observador, enquanto que no caso de Porto Alegre (Fantaspoa), devido ao envolvimento do autor com o evento, outro pesquisador foi convidado para fazer observações acerca do fenômeno. O responsável pela observação, em ambos os casos, foi também o entrevistador. A fim de atender aos preceitos do método, o pesquisador se tornou também um espectador e estabeleceu um relacionamento

com os sujeitos em seu ambiente natural (no caso, o festival em si), com o propósito de desenvolver um entendimento pioneiro acerca do envolvimento deles com o evento (LOFLAND; LOFLAND, 1995).

A natureza reflexiva da etnografia é uma característica que implica que o pesquisador se torne parte do mundo estudado e seja afetado por este (BOYLE, 1994). Portanto, optou-se por realizar as entrevistas durante os eventos, uma vez que o festival de cinema pode ser considerado o “ambiente natural” no qual os espectadores interagem. Foram realizadas 60 entrevistas com espectadores dos dois eventos: 34 no festival Fantastic Fest (no ano de 2010) e 26 no festival Fantaspoa (no ano de 2012). Estas entrevistas tiveram duração variando entre 11 e 75 minutos.

Quanto ao aspecto técnico: as entrevistas foram gravadas com diferentes câmeras de qualidade similar, em cada um dos campos de estudo. No festival Fantastic Fest, dos Estados Unidos, foi utilizada uma câmera SONY NXCAM HXR-NX5 para filmar as entrevistas em Full High Definition, 30 p (30 progressive frames per second). No festival Fantaspoa, do Brasil, foi utilizada uma câmera Sony HVR-HD1000 para filmar as entrevistas também em 30 p.

Para a realização das entrevistas foi utilizado um protocolo de questões previamente elaborado (Anexo 1) com 15 perguntas centrais. Este questionário podia ser adaptado, gerando outras perguntas adicionais, de acordo com as respostas que eram dadas pelos entrevistados.

As 25 horas de entrevistas filmadas foram transcritas, gerando um conteúdo textual superior a 500 páginas e o seu conteúdo foi analisado, seguindo os princípios de análises de práticas culturais (Moisander e Valtonen, 2006). As entrevistas transcritas foram organizadas em 60 diferentes arquivos – um referente a cada entrevistado. Estes 60 arquivos de texto foram lidos e, posteriormente, inseridos individualmente no software de análise qualitativa ATLAS.ti versão 6.

O software em questão serve para facilitar a codificação dos textos de cada um dos respondentes e, uma vez inseridos os códigos, permite que um mesmo código de todos os respondentes seja exportado, gerando assim um novo arquivo de texto, desta vez, agrupando os trechos de todos os diferentes respondentes sobre um mesmo tópico.

Foram utilizadas técnicas de codificação para gerar conceitos a partir dos dados, a fim de analisar o seu conteúdo com rigor, de acordo com as instruções de

Coffey e Atkinson (1996). Para analisar as respostas dadas pelos entrevistados, seu conteúdo codificado foi dividido em itens, de acordo com a análise de dados recomendada por Bardin (2004) e também levando em consideração os preceitos metodológicos delineados por Miles e Huberman (1994).

Na análise de dados da pesquisa qualitativa um “código” é uma palavra ou frase que designa um atributo evocativo para o trecho de um texto. Os códigos são criados através de um processo interpretativo e reflexivo, a partir da leitura e releitura das entrevistas, permitindo a sistematização e organização dos dados, uma vez que o pesquisador já possui conhecimento sobre o texto com que está trabalhando e é capaz de perceber comunalidades nas diferentes entrevistas. Assim como um título representa e captura a essência e o conteúdo primário de um filme ou livro, um código representa e captura a essência e o conteúdo primário de um dado (SALDANA, 2009).

O processo de codificação é uma técnica heurística e exploratória para solucionar questões de pesquisa que não possuam uma fórmula específica a ser seguida. A codificação é um processo inicial de uma análise rigorosa e evocativa da interpretação, na busca pelos resultados de pesquisa. É válido considerar que a codificação não trata apenas de nomear tópicos, mas possui o objetivo de conectar dados. Este processo possibilita ao pesquisador formular ideias a partir dos dados e, a partir destas ideias, reavaliar os dados que pertencem a um mesmo tópico (RICHARDS; MORSE, 2007).

A partir deste processo, portanto, foram elencados 12 códigos. A partir de uma segunda avaliação dos tópicos já selecionados, optou-se por juntar dois códigos em um mesmo tópico analítico (no caso, os códigos 9 e 10 e os códigos 11 e 12).

- 1) Os cinemas;
- 2) Os festivais;
- 3) O papel dos festivais;
- 4) As sessões dos festivais;
- 5) Os filmes;
- 6) A experiência do festival;
- 7) Os espectadores;
- 8) O envolvimento;
- 9) Identidade;

- 10) Fanatismo;
- 11) Interação;
- 12) Comunidade.

Devido à ênfase videográfica do estudo, os resultados serão apresentados no capítulo a seguir e através de uma videografia (publicação em formato de vídeo) que serve para complementar e oferecer suporte aos resultados escritos.

6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão abordados individualmente os 10 tópicos analíticos selecionados a partir do processo de codificação. Com o objetivo de apresentar as questões pertinentes aos festivais de cinema, uma vez que este é um tópico pouco estudado, são apresentados inicialmente os cinco tópicos que permitem uma compreensão deste universo: os cinemas nos quais os festivais ocorrem, os festivais em si, o papel exercido pelos festivais, as sessões dos festivais de cinema e os filmes exibidos.

Posteriormente, são apresentados os cinco tópicos restantes, que analisam mais profundamente as questões pertinentes ao marketing e ao comportamento do consumidor no que se referem aos festivais de cinema. O primeiro deles trata da experiência do festival, a seguir são analisados os espectadores do evento e o envolvimento dos mesmos. Por fim, são apresentados os tópicos principais da análise dos resultados, tratando da temática da identidade e fanatismo e da interação, levando ao desenvolvimento das comunidades nos festivais de cinema.

6.1 CONTEXTUALIZANDO OS EVENTOS: OS CINEMAS ONDE OS FESTIVAIS OCORREM

Os festivais de cinema abordados na presente tese são realizados em cinemas que possuem características ímpares e, portanto, é pertinente que eles sejam apresentados a fim de contextualizar os eventos estudados.

A relação das empresas promotoras dos eventos com o espaço também influencia diretamente no vínculo que os eventos geram com os espectadores. O Fantaspoa é um evento realizado por uma produtora cultural, responsável pela programação das salas de cinema durante os 17 dias da realização do evento. Já o Fantastic Fest é um evento realizado pela equipe de programação do complexo cinematográfico em que o festival é realizado, sob a coordenação do CEO (e ex proprietário). Isso permite uma identificação maior do festival com o espaço físico em que ele ocorre, ou seja, o cinema Alamo Drafthouse South Lamar, na cidade de Austin. Reforçando esta conexão, ao longo do ano são realizados uma série de

Signature Events (sessões especiais, frequentemente com convidados e filmes clássicos, raros ou cultuados) neste mesmo complexo cinematográfico. Enquanto que, em Porto Alegre, a programação regular das salas utilizadas é bastante diversa da programação do festival e, dessa maneira, não é criado um vínculo tão forte com os frequentadores.

Abaixo serão apresentadas características das salas utilizadas pelos dois festivais, complementadas pela opinião dos entrevistados.

6.1.1 Fantaspoa – Festival Internacional de Cinema Fantástico de Porto Alegre

Os três diferentes espaços da cidade de Porto Alegre ocupados pelo Fantaspoa situam-se no centro da cidade e congregam 4 salas – Santander Cultural (Cine Santander Cultural), Sindicato dos Bancários (CineBancários) e Casa de Cultura Mário Quintana (Sala Eduardo Hirtz e Sala Paulo Amorim). As salas são próximas umas das outras, o que permite que os espectadores se locomovam a pé entre elas. As características físicas das salas e seus serviços são semelhantes: elas possuem entre 80 e 120 lugares, não possuem bombonière e, além disso, nem ao menos é permitido o consumo de alimentos e bebidas no interior das salas – o que dificulta a estada prolongada dos espectadores durante o evento. O valor dos ingressos, o tipo de filmes exibidos, o tamanho das salas e seu público foram mencionados pelos respondentes:

Eu gosto mais das salas pequenas, e das salas alternativas. Mas claro que de vez em quando dependendo da obra eu tenho de ir em um cinema maior. E eu não tenho nada contra com o cinema de entretenimento - cada um na sua vibe. O diferencial é assim, realmente é um cinema para um público mais diferenciado, um público menor, não é tanta gente, não é aquela massificação de gente dentro da sala. (Nara – Fantaspoa)

A primeira coisa, a primeira diferença que eu vejo é a seguinte: eu quase não frequento mais cinema hoje - primeiro pelo preço absurdo que é, né? Quando eu estava estudando eu tinha carteira de estudante, era meia [entrada], mas hoje é um absurdo o preço, o valor do ingresso. (Felipe – Fantaspoa)

O ambiente no qual os cinemas estão inseridos, as ruas do Centro da cidade, confere uma aura de “herdeiros” dos cinemas de calçada de antigamente – cinemas que, na sua maioria, possuíam apenas uma (ou duas) sala(s) de cinema. Estes eram ambientes que a pessoa frequentavam exclusivamente para assistir filmes – que era a atividade-fim, em oposição aos cinemas de shopping-centers que são a maioria hoje em dia – multiplexes com diversas salas de cinema e inseridos em um ambiente de compras e serviços – com a ida ao cinema sendo frequentemente considerada “complementar” às demais atividades. Tal depoimento foi uma temática recorrente:

E tem mais uma coisa, daí talvez seja uma característica de Porto Alegre, ou de todas as grandes cidades. Todos os outros cinemas estão em shopping-center, e enfim, um lugar que tu sai, assim, dá uma raiva daquele lugar. Aquelas pessoas. Aquela coisa. Aquele negócio [fazendo sinais de pomposidade]. A obrigatoriedade de comer a pipoca e ver o filme. Eu adoro pipoca, mas tem filme que não merece pipoca - ou a pipoca não merece o filme. E aqui a gente está no meio do Centro. A gente almoçou no Centro, andou no Centro. (Simone – Fantaspoa)

A acessibilidade acaba se tornando muito maior porque ãh... pelo fato de ocorrerem em diferentes salas do Centro que é um... literalmente o Centro, onde várias pessoas podem circular, e tu tens inúmeras formas de chegar até aqui... é interessante. Eu acho que é um ponto positivo nisso - coisa que, assim ó, shoppings são meio elitistas, né? Tu deve estar com a roupa adequada, com o comportamento adequado, para que tu possa entrar e se sentir bem, né? Não ser excluído. Eu acho que é... nesse ponto, assim, que eu vejo diferença. (Wagner e Enzo – Fantaspoa)

Os quatro cinemas utilizados pelo evento recebem outras mostras de cinema ao longo do ano. Estas mostras são, em geral, de cinema independente, nacional, ou temáticas, com o foco em alguma nacionalidade ou tema em comum que une os filmes exibidos e o Cine Santander Cultural, a sala Eduardo Hirtz e a Sala Paulo Amorim se localizam em espaços culturais (Santander Cultural e Casa de Cultura Mário Quintana), que também apresentam outros tipos de arte, como teatro, música, artes visuais e literatura.

Em contrapartida, os multiplexes estão localizados em shoppings, rodeados por lojas, restaurantes e lanchonetes, com um foco bastante diferente dos cinemas considerados alternativos que existem na cidade, conforme expressado na visão dos

depoentes: o conteúdo dos cinemas alternativos é considerado expressão artística, enquanto o conteúdo dos multiplexes – ainda que possam, eventualmente, estar exibindo o mesmo filme – é mais visto como uma mercadoria a ser consumida.

Na Casa de Cultura, no Santander, no Cinebancários, porque são cinemas direcionados para filmes mais intelectuais, mais “cult”. (Daniela – Fantaspoa)

E aqui não se vê tanto, eu pego muito UFRGS porque eu adoro a UFRGS também. Eu vejo que a sala da Redenção atrai esse tipo de movimento. As salas “B”, assim, as do Santander, do Mário Quintana, é uma sala que se afasta um pouco do comum e tenta mostrar uma coisa diferente para o seu espectador... (Adriane – Fantaspoa)

Passamos pelo Mercado e viemos para cá ver um filme, ou na casa de cultura, ou no Santander. Claro que dá para ver filme aqui, ou na CCMQ, ou no Santander, ao longo do ano. Esses lugares têm filmes diferentes, normalmente, em cartaz. O circuito comercial, comercial mesmo não está aqui. (Igor – Fantaspoa)

Os entrevistados também percebem o público destas salas como diferente do público que frequenta os cinemas de shopping:

Assim, primeiro que o público é completamente diferente. Pelo fato de ser um público focado, até um pouco mais interessado, você encontra um ambiente na sala de exibição com mais respeito ao outro. Por que numa sala de exibição de... um... blockbuster, né? Você vai e você não consegue ver o filme, porque tem gente levantando, gente assoviando, gente gritando, e aqui não aparece isso. (Juliana – Fantaspoa)

Foi também mencionada a mudança no tipo (e na quantidade) de público espectador destes espaços causada pelo festival:

Eu estou acostumada a ir nas salas, nessas salas que o Fantaspoa usou para expor, para exibir, eu vi que o número dobrou, de gente. Simplesmente o público aumentou de uma hora para outra. Eu chego a ir em sessões que tem cinco pessoas, então é muito... Os cinemas são... sei lá, né? Très petit. Umás coisinhas muito pequenas. Então quando você vê aquilo cheio,

nossa! E muita gente em torno, também. Muita galera diferente que você vê que não é... não frequenta todo dia aquele lugar. (Nara – Fantaspoa)

Complementando este comentário, é válido considerar que, nos últimos 4 anos, nos quais foram feitas mensurações de público, o Fantaspoa foi responsável pelas semanas mais movimentadas do ano nas 4 salas de exibição.

6.1.2 Fantastic Fest

O complexo cinematográfico que recebe a maior parte (mais de 95%) do evento Fantastic Fest, na cidade de Austin, Texas, é o Alamo Drafthouse – South Lamar, que dedica 4 salas para o festival durante 8 dias. Este complexo exibidor é um conjunto de 6 cinemas localizado em um pequeno centro comercial ao ar livre (*open mall*) e que possui um bom espaço de convivência para os espectadores (ao lado do cinema, uma série de mesas de piquenique estão à disposição para uso gratuito). A capacidade destes seis cinemas varia entre 82 e 218 lugares e o cinema é relativamente afastado do Centro da cidade. Em agosto de 2005, ao estabelecerem o ranking dos cinemas mais interessantes dos Estados Unidos, o cinema Alamo Drafthouse foi nomeado o “*The #1 movie theater in the country doing it right*” (o cinema número um do país a fazer a coisa certa) pela revista Entertainment Weekly. Esta valorização do cinema se faz presente nos depoimentos dos entrevistados:

Este festival é único provavelmente porque, em primeiro lugar, ele é realizado no Alamo Drafthouse, que é, de longe, o melhor cinema dos Estados Unidos. (Trevor – Fantastic Fest)

É o Alamo Drafthouse! Sinceramente. Eu tenho tanta sorte de morar aqui e poder frequentar o cinema o tempo todo. É demais. Sabe? Os fãs, a comida, você poder tomar cerveja no cinema... (Hillary – Fantastic Fest)

Este cinema tem como diferencial o fato de servir comidas e bebidas durante o filme sem perturbar a experiência cinematográfica. O fato deste ser um espaço de exibição cinematográfica que também serve refeições foi mencionado pelos

respondentes. Cabe lembrar que este é um diferencial competitivo significativo para este festival, pois os espectadores costumam chegar no cinema ao meio-dia e sair depois da meia-noite.

O que faz este festival ser tão único é que ele acontece em apenas um cinema e este cinema é também um restaurante. Então eles conseguem organizar tudo de tal maneira que você não precisa ir para qualquer outro lugar para comprar algo que você precise. (Josh – Fantastic Fest)

A combinação do espaço do cinema com o outro empreendimento do CEO do Alamo Drafthouse também contribui para o envolvimento com o evento: no mesmo shopping ao ar livre, existe um bar chamado “Highball”, que congrega pistas de boliche, salas de karaokê, palco para shows e máquinas de fliperama, onde frequentemente vê-se os espectadores confraternizando após as últimas sessões diárias. Este ponto também foi mencionado pelos espectadores como diferenciador do evento:

Tem o Highball, que é um bar/fliperama/boliche/karaokê... e no cinema você ainda pode jantar e almoçar! Esse é o Alamo Drafthouse. (Chris – Fantastic Fest)

O próprio cinema em si já é visto pelo grupo de espectadores como um local que congrega pessoas de preferências similares:

Então nós estávamos conversando bastante por telefone e por e-mail, sabe, tentando manter aquela amizade viva, nós líamos muitos artigos de novidades do “*Ain’t it Cool News*” e eles ficavam falando sobre esse local chamado Alamo Drafthouse. E eles falavam sobre o Alamo Drafthouse original, que estava prestes a fechar. Vários diretores e atores escreveram suas despedidas e nós ficamos estupefatos ao ver que havia um cinema que conectava tanto as pessoas... Estava claro que ele era dirigido por pessoas que amavam cinema... (Luke – Fantastic Fest)

O carinho e a apreciação pelo que este cinema significa é evidenciado nos seguintes depoimentos:

É uma coisa do Drafthouse. É um local totalmente único, que possui um conjunto de pessoas que também é único. E as coisas que Tim [League, o diretor do festival] se dispôs a fazer para manter a dedicação à sua ideia original são inimagináveis. (Tara – Fantastic Fest)

Uma das coisas que as pessoas mais gostam no festival é que ele é feito da mesma maneira que a programação do cinema em geral. Então, se o espectador Mahatma Gandhi fosse ao cinema assistir *Catfish* [um filme que estava em cartaz] ele teria o mesmo serviço hospitaleiro que é oferecido no festival. As pessoas aqui tem a grande vantagem de ter o cinema assim, sempre. (Lars e Zack – Fantastic Fest)

Conforme mencionado anteriormente, a gestão do cinema como um todo – e especialmente de sua programação – ao longo do ano é um elemento diferenciador e que aproxima os espectadores do evento, como mencionado abaixo:

Depois que o Fantastic Fest acaba, o Draffhouse continua aqui. Eles continuam fazendo grandes eventos, continuam fazendo coisas que nenhum outro cinema no mundo faz. (Brian – Fantastic Fest)

É algo que o Alamo traz com frequência nos seus eventos, mas talvez seja mais perceptível no Fantastic Fest devido à maneira que tudo aqui é programado. (Tony – Fantastic Fest)

Quando o festival não está acontecendo, uma boa parte do que distingue o Alamo são os eventos especiais. Um tipo de programação similar ao que é oferecida no festival, mas com mais filmes antigos. Todo o ano a programação é composta para ser o mais animadora possível para o tipo de público do Fantastic Fest, nós temos séries regulares que exibem filmes de exploitation ou de terror que não são atuais, não são modernos e, portanto, podemos dizer que o Fantastic Fest é único e é realmente diferente. Mas o espírito do Fantastic Fest vem do que o Alamo representa o ano inteiro. Portanto, espectadores que vem aqui com regularidade já estão acostumados com o fato de que o cinema não é um cinema qualquer, pois o Fantastic Fest não é algo tão distante para as pessoas que vêm aqui o ano todo. (Lars e Zack – Fantastic Fest)

Conforme visto acima, os espaços que recebem estes dois eventos são bastante diferentes. Enquanto a maioria das atividades do Fantastic Fest é realizada em um único espaço, que possui uma série de conveniências para que o espectador passe o dia se entretendo, além de uma programação alinhada às suas salas e um público cativo do espaço, o Fantaspoo é realizado em espaços físicos segmentados – ainda que próximos, que não oferecem conveniências (alimentação e bebidas) e ainda proibem seu consumo, além de serem mais focados em um cinema de arte e,

portanto, menos focados no entretenimento do que o cinema do Texas.

6.2 SOBRE OS FESTIVAIS

São realizados milhares de festivais de cinema no mundo anualmente, sendo que apenas nos países da América Latina são realizados 645 eventos (Guia Fala, 2012). Cada um destes festivais possui características que o define. Portanto, é pertinente que sejam apresentadas as características dos eventos aqui estudados. Tal apresentação será feita com dados dos próprios eventos e com base nos depoimentos dos espectadores entrevistados.

6.2.1 Quanto aos ingressos

O Fantastic Fest funciona por um sistema de credenciais (*badges*), que são de diversos tipos: existem as credenciais vips (permitem a reserva dos ingressos com um dia de antecedência), as credenciais regulares (iguais às da indústria e imprensa, permitem que na manhã sejam retirados os ingressos das sessões do dia), além das credenciais de duração reduzida (somente para um turno ou para os 4 últimos dias). Os poucos ingressos restantes são colocados à venda na bilheteria do cinema, uma hora antes das exhibições. As credenciais são colocadas à venda com antecedência de um ano e tamanha é a procura que as credenciais vips se esgotam poucos minutos.

O Fantaspoo vende ingressos individuais para cada um dos filmes por um valor pequeno (apenas 5 reais no ano de 2012) comparado com o cobrado pelas demais salas de cinema de Porto Alegre (em 2012, o valor do ingresso das próprias salas utilizadas pelo festival variavam entre 5 e 12 reais e o valor do ingresso dos demais cinemas da cidade, incluindo os cinemas de shopping variava entre 8 e 22 reais). A organização da bilheteria é de responsabilidade da administração dos cinemas, sendo que três das quatro salas utilizadas não oferecem venda antecipada de ingressos. Devido a este fator e ao pequeno tamanho das salas, é com

frequência que espectadores não conseguem prestigiar as sessões mais concorridas, fato que acaba prejudicando tanto o evento, quanto os espectadores.

6.2.2 Quanto às sessões e seus horários

O *Fantastic Fest* realiza, em média, 5 sessões por dia em cada uma das salas, apresentando uma média de 20 filmes diferentes diariamente. A primeira exibição acontece no início da tarde e a última tem início ao redor da meia-noite. Já o *Fantaspoa* realiza, em média, 3 sessões por dia (às 15:00, 17:00 e 19:00) em cada uma das salas e uma quarta sessão (às 21:00) somente em uma sala, totalizando 13 filmes diferentes por dia.

De acordo com a análise das entrevistas, foram encontradas seis características principais dos eventos, que serão apresentadas abaixo:

6.2.3 As características da programação dos eventos

A programação dos filmes é o principal fator de atração de um festival de cinema. Cabe ressaltar que o tipo de festival de cinema estudado (de gênero fantástico) tem como principal objetivo a busca por filmes inovadores, seja na forma de realização ou no roteiro, e que tenham um alto padrão de qualidade, apesar de muitas vezes serem realizados com baixo orçamento. São filmes que tem potencial para um reconhecimento futuro, mas que ainda não foram descobertos pelo grande público.

Na visão dos respondentes, a programação foi abordada em diferentes sentidos. Houve menção referente ao fato dela ser divertida e, conseqüentemente, aproximar pessoas com gostos afins, ao fato dela ser uma programação com direcionamento artístico bem definido e também à qualidade e à atualidade do que é exibido nos eventos.

Os filmes. Todos os filmes... Para gente que gosta de cinema fantástico, a gente acha muito chato ir no cinema normal. Porra, vir no *Fantaspoa* pra

gente é que nem ir na Disneylândia, sacou? A gente vê vários filmes massa, mesmo de companheiros que estão em SP, em outros estados produzindo coisas como a gente - é a oportunidade de estar no meio da nossa galera. (Rapha e Armando – Fantaspoa)

Então a programação tem uma qualidade muito boa, e é feita por gente que entende mesmo do gênero fantástico, assim. São pessoas que assistem, que tem um conhecimento, que acompanham festivais, sabem o que está rolando “lá fora”, sabe? Então também é bom porque não tem só os confirmados, sabe? (Felipe – Fantaspoa)

E tu vêes que eram dois debates por dia, e aqueles filmes sendo exibidos, e as conversas que tu tinhas, então como eu te falei naquela época, dos anos 80, tu até tinhas festivais mas tu não tinhas o caráter ãh... digamos, um direcionamento artístico tão definido como o Fantaspoa tem. Sabe? É tipo assim “ah, foi o que a gente conseguiu...” não! Aqui dá pra sacar que tem uma unidade, que é uma coisa que, vamos dizer, Gramado não tem. (André – Fantaspoa)

O festival é realizado por pessoas que realmente sabem apreciar a sétima arte. (Trevor – Fantastic Fest)

O caráter do ineditismo e de ser uma programação diferenciada, em comparação com aquilo que as pessoas estão acostumadas a assistir também foi abordado:

(Vejo aqui) coisas muito fora da minha concepção de mundo, de moral, enfim, coisas que eu nunca poderia ter imaginado, que eu não esperava. Eu acho que é isso, a surpresa de ver coisas que eu não entendia, ou não concebia que podia existir. (Jaime – Fantaspoa)

A gente percebe que os festivais têm um certo toque empático ou assistente, que lhes dá uma... um certo sabor, eu diria. Alguma coisa assim, ou de “surpresa” maior, que se tem com o filme. Já que quando se vai ver um filme comercial, já saiu tanto em jornal, já saiu tanta coisa e está previsto, entendeu? Em jornal, em propaganda, que a gente já entra meio que sabendo o... E os festivais não. Os festivais são coisas inéditas em sua maioria, ao menos para o ambiente que está se referindo, são inéditas, então a aceitação já é outra. (Décio – Fantaspoa)

Aqui (no Fantaspoa) é muito mais inesperado, é muito mais emocionante.

As narrativas não têm uma lógica comercial, sabe? Não tem a necessidade de “a cada 20 minutos tem que aparecer um monstro se não não vou conseguir vender esse filme”. Aqui as lógicas são diversas, os diretores têm mais independência. Aí quando tu volta para o “cinemão” tu... és... Ao mesmo tempo que o cinemão é mais rápido, mais intenso, para tu absorveres aquilo com mais facilidade, tu digeres mais fácil, ao mesmo tempo é aquela fórmula esgotada que tu estás acostumado a ver na sessão da tarde desde os 6 anos. E, cara, por mais que os caras, os diretores, tentem pra caramba hoje em dia ser diferentes, é muito parecido. E aqui é muito diferente. (Igor – Fantaspoa)

A diversidade da programação é um dos tópicos mais relevantes ao se tratar de festivais internacionais de cinema. Esta diversidade tende a ser buscada com afinco por programadores que querem montar seleções relevantes e representativas do panorama da produção cinematográfica contemporânea mundial. No ano de 2012, o Fantaspoa exibiu longas-metragens de 27 países e o *Fantastic Fest*, de 28 países. A importância da diversidade de países presentes no evento foi abordada pelos respondentes:

O João e o Nicolas vão para vários festivais e fazem um intercâmbio em festivais - é como se fosse uma grande filial de festival mundial aqui, tem muito filme de fora. (Rapha e Armando – Fantaspoa)

Aqui é um festival internacional, tem filme do mundo inteiro... (Bruno – Fantaspoa)

Apesar de ambos os eventos serem focados em filmes de gênero fantástico, ambos possuem uma visão bastante aberta quanto aos filmes que exibem. Ao invés de terem um foco exclusivamente no horror, na fantasia e na ficção-científica, os dois eventos também exibem outros gêneros, como por exemplo, suspense, ação, artes marciais, comédias de humor negro e animações, dentre outros. Esta diversidade foi abordada por cinco respondentes:

Houve uma conjunção de interesses em determinados gêneros, fundamentados no terror. E o Fantaspoa foi muito feliz na escolha de diversidade nos gêneros. (Décio – Fantaspoa)

E aí tu vens aqui e tens toda uma variedade de filmes - e tu pensas “bah, cinema fantástico”, mas não, tem uma comédia passando aqui com humor

negro, tem um terrorzão sangrento na outra, tem uma ficção científica no terceiro cinema. Então tem uma variedade muito maior de filmes que tu podes trabalhar. Parece uma limitação “Cinema Fantástico”, mas não é. Na verdade tu podes abrir para várias possibilidades dentro desse termo. (Felipe – Fantaspoa)

E agora vendo os filmes estou vendo que não é o que eu imaginava da programação - é mais aberto, assim. Eu achava que era muito focado ao terror, propriamente dito, assim. Estou vendo que tem abertura para outros filmes. (Bruno – Fantaspoa)

O Fantaspoa na verdade não é só terror, você tem ficção científica, você tem animação, e eu sou maluca por animação também. Então você tem várias coisas ali, né? Eu acho que é um cinema mais diferenciado. Normalmente os festivais trazem - e isso eu acho assim “mega” nos festivais - coisas que você... Coisas do mundo inteiro, de muitos países, de várias partes do mundo, muitos filmes. (Nara – Fantaspoa)

Eu acho que o Fantaspoa une duas coisas: ele tem a visão artística, da importância de reunir filmes de tais gêneros, né? E dentro dessa visão artística, de tentar reunir a maior quantidade possível de bons filmes, ou de filmes relevantes; e ao mesmo tempo ele tem uma grande visão administrativa. (André – Fantaspoa)

Seguindo no tópico dos tipos de filmes que são apresentados, apesar da diversidade de gêneros citados acima, os festivais tratam prioritamente de cinema fantástico e isso também foi abordado pelos respondentes como um elemento diferenciador dos eventos:

Eu acho mesmo que eles trazem um elemento fantástico em cada um dos filmes que eles selecionam. Há algo que você pode aprender ou uma maneira de escapar da realidade que, eu não sei explicar bem, mas funciona para mim. Digamos que é uma chave que serve bem na fechadura. É muito entretenimento de alta qualidade. (Josh – Fantastic Fest)

Em primeiro lugar a proposta do cinema fantástico, né? Muita gente confunde isso com filme de terror, e não é, não é só filme de terror. Pode passar ficção científica, ou fantasia. Até comédias, ou aventuras ou romances que tenham esses elementos, né? (Felipe – Fantaspoa)

E tudo tem uma costura entre... pô... é um festival, tem um tema, então, é como criar uma realidade ... mudar um pouco a tua realidade por um período, enquanto o festival está acontecendo - tu estás pensando, tu não estás vivendo a tua rotina normalmente - apesar de morar em Porto Alegre, de continuar trabalhando, tudo igual. Muda um pouco. A cidade muda para mim. (Simone e Igor – Fantaspoa)

Além das sessões de cinema, os festivais também realizam eventos paralelos, como debates com os diretores e festas. No caso do Fantastic Fest, as festas são integradas ao evento e ocorrem diariamente, sendo, na sua maioria, temáticas. Dois exemplos de eventos realizados neste festival podem ser citados: o Fantastic Debates, que inclui luta de boxe entre diretores de cinema após um debate formal, e Nerdoke, que leva os participantes a cantarem junto com uma banda.

A diversão, portanto, é um ponto essencial nestes eventos e isso foi abordado por três respondentes:

No final do dia, o cinema trata mesmo é de diversão. E este festival, em um sentido geral, trata também desta diversão. Saber se divertir de verdade não é algo tão fácil. Eu acho que o Tim League, o diretor do festival, é um gênio na ciência de saber como se divertir. (Nacho – Fantastic Fest)

Para mim esse festival significa... Se divertir. É conhecer pessoas ótimas, maravilhosas. Ver filmes maravilhosos que eu não poderia ver em nenhum outro lugar. É passar um tempo bom. (Trevor – Fantastic Fest)

O bom é que o pessoal sai do Fantaspoa se divertindo, porque viu um filme divertido, e as vezes tem até uma mensagem que a pessoa absorve, uma característica da sociedade, uma observação mais profunda, e é isso, cara... Viver a vida numa boa. (Rapha e Armando – Fantaspoa)

A valorização dos filmes e dos espectadores, ao invés de eventos que sejam voltados para glamour e celebridades foi mencionada por dois respondentes. É importante considerar, conforme abordado na revisão bibliográfica, que ambos os festivais são do tipo *audience festival*, título que já indica que são eventos feitos para o público.

O que eu adoro sobre este festival é que ele é voltado para os cinéfilos. Eu estou aqui cobrindo o festival e eu gosto do fato de ter que trabalhar mais para conseguir meus ingressos do que as pessoas que comprar as credenciais vip. Aqui não existe uma elite. É tudo feito pensando no

espectador e na apreciação cinematográfica ao invés de uma besteira elitista qualquer. (Sean – Fantastic Fest)

Tem festivais que gostam de ser glamourosos, e tem aquela coisa de tapete vermelho, e celebridades e tal, acho que essa é uma diferença principal. Aqui é pelos filmes, é um festival como deveria ser qualquer festival. (Bruno – Fantaspoa)

6.2.4 A organização dos eventos

Ambos os eventos são organizados de forma semelhante e o ponto principal desta organização envolve o processo de seleção das obras cinematográficas: os filmes são recebidos com grande antecedência, considerados pelo comitê de seleção, selecionados e depois preparados para a exibição – trabalho que costuma envolver legendagem, preparação de cópias, necessidade de encondamento digital – dependendo da procedência do filme.

Além da seleção dos filmes, existe o processo de definição dos convidados, que também requer tempo e uma grande habilidade de logística, pois, na maioria das vezes, os convidados vêm de outras cidades e países, sendo necessário acompanhamento de tradutores, além de guias que os recepcionem.

No que se refere ao tamanho da equipe, os festivais apresentam situações bastante distintas. O Fantaspoa é organizado por uma equipe pequena, inferior a dez pessoas, enquanto que o *Fantastic Fest* possui uma equipe bem maior e recebe a adesão de voluntários durante o evento, o que faz com que, no evento em si, o *staff* do festival seja superior a cem pessoas.

A questão da organização foi abordada somente por respondentes de Porto Alegre, possivelmente devido ao fato dos espectadores do Festival dos Estados Unidos já estarem acostumados com o mesmo padrão de organização dos demais eventos que acontecem com frequência nos cinemas ocupados pelo festival texano e que são realizados pela mesma equipe. Cabe mencionar que foi observado que a organização do *Fantastic Fest* é impecável, buscando atender aos seus espectadores e convidados da melhor maneira possível.

Os respondentes de Porto Alegre destacaram a organização do evento,

abordando tópicos diferentes da mesma.

Isso se deve à organização dos organizadores do Fantaspoa, por que não é fácil. Em SP tem vários festivais - não vou citar nomes - mas tem muitos festivais com muitos anos, e eles não conseguiram metade do que o Fantaspoa chegou até agora - não tanto com o prestígio do público, mas com o prestígio dos próprios realizadores. A gente, por exemplo, o realizador vem aqui, a gente quer estar aqui. Tem festival em SP que vai passar nosso filme que a gente não está... a gente está pouco se fodendo. (Rapha e Armando – Fantaspoa)

Não sei se o festival de Sundance, que já é mais grandão... Até o “Rojo Sangre”, não sei se ele é tão “artesanal”. Não vou dizer que o nosso é pequeno, o nosso é “artesanal”, o nosso é feito cada “frase”... reconheço, não tendo muita base de comparação, eu já acho esse aqui incrível. O esforço que os caras trazem pra cá, o que os caras conseguem. E tirar do meio do nada, eles trabalharam só entre eles, os produtores. Eu acho que talvez isso seja único. Acho que o “nosso” é mais “roots”. Agora que ele tá começando a ganhar muito público. (Igor – Fantaspoa)

O profissionalismo da equipe responsável pelo festival foi mencionado por dois respondentes:

Acho que depende muito de quem estiver envolvido para organizar o festival: do talento, competência, se o cara é visionário, tudo... Então eu acho que, como eu falei, o sucesso do Fantaspoa eu atribuo... porque se fosse a visão somente artística, não teria durado... teria durado só um festival e olhe lá. Acho que tem que ter a visão comercial, administrativa, de saber explorar os gostos das pessoas, né? As possibilidades comerciais do evento, tudo. (André – Fantaspoa)

A primeira coisa que eu acho que justifica o sucesso é o profissionalismo com o qual eles fazem a coisa, porque, a primeira noção que você tem “ah, festival de cinema fantástico feito de forma independente”, nenhuma indústria está fazendo. Algumas pessoas ficam “meio assim”, será que é bom? Será que é organizado? Será que é legal? E mantêm-se um padrão de qualidade. Acho que o principal é isso. Manter-se um padrão de você saber mais ou menos o que você vai encontrar. Você ter uma programação, que é seguida à risca. É tudo bem colocado, as salas são super bacanas, as cópias dos filmes, o trabalho de legendas e tudo, bem bacana, é tudo bem feito, né? (Juliana – Fantaspoa)

O crescimento do evento e conseqüentemente, a evolução da organização do mesmo e suas melhorias, também foram tópicos abordados:

Eu acho que ele tem ficado cada vez mais organizado - isso eu também percebo pelo apoio financeiro que está cada vez maior. Eu lembro de algumas edições que eu vim que até a cédula de votação era diferente - era um papel impresso - o jornal era um jornalzinho, não uma revista. (João – Fantaspoa)

O festival vem crescendo, em termos de público, em termos de apoio, de patrocínio... E acho que isso é mérito dos caras que cada ano trabalham pra fazer um festival melhor. Dos organizadores e dos colaboradores. Claro, tem alguns filmes que os caras conseguem que tu vê “bah, foi uma ótima jogada. Não necessariamente o filme seja bom ou ruim - não vou julgar os filmes aqui”, mas os caras conseguem uma estreia mundial aqui - mérito total do festival. (Marcelo – Fantaspoa)

6.2.5 A presença dos diretores nos eventos

A presença dos diretores é algo relevante em ambos os eventos. Provavelmente mais significativa em Porto Alegre, por este ser o único evento cinematográfico realizado na cidade que traz convidados internacionais, mas igualmente relevante no Texas, uma vez que permite este contato único entre os diretores e o público. Este é o principal motivo pelo qual espectadores de outros estados viajam para o evento porto-alegrense, conforme mencionado abaixo por uma respondente.

Além dos eventos trazerem diretores que estão vindo apresentar seus primeiros trabalhos, ambos eventos buscam levar ao menos um ou dois diretores de clássicos do cinema fantástico para seus eventos:

Os diretores convidados que vem todo ano e o próprio público que se mantém cria um ambiente familiar, por assim dizer. (Devan – Fantastic Fest)

As participações especiais, eles trazem diretores de fora. Então isso faz com que atraia o público. Acho que o fato deles trazerem os diretores para fazer estas sessões comentadas atrai público, chama atenção então ... Eu

sempre venho na semana dos convidados. Então são oportunidades únicas, que vale a pena você viajar e estar presente no Fantaspoa. (Patricia – Fantaspoa)

Então, oportunidade super única, tu podes conhecer os diretores, tu podes conversar com eles. Por isso que eu acabei me chegando muito, muito, no festival, de ser amiga dos guris que projetam a coisa. (Adriane - Fantaspoa)

É muito raro você ter um festival de cinema fantástico onde você vai encontrar filmes que tu, de repente, viste até na sua infância e vais rever esse filme comentado pelo diretor do filme. Para quem é fã é algo... bem... raro. Bem inusitado. (Juliana – Fantaspoa)

Sabe? Eu acho que isso é a oportunidade de... Acho que isso - para nós que somos uma sociedade do campo, pelo menos eu sou e vivo isso - aparecer isso para nós, ter a oportunidade de falar com um diretor - isso é único! (Jaime – Fantaspoa)

6.2.6 A participação do público no evento

Os eventos também são considerados relevantes em termos da participação do público. O Fantastic Fest é reconhecido como um evento que tem praticamente todas as suas sessões com lotação esgotada, enquanto o Fantaspoa, por sua vez, é o evento que mais realiza sessões com lotação esgotada na capital porto-alegrense.

Essa questão foi abordada por 4 respondentes, inclusive um que fez, ao longo da sua entrevista, uma citação ao filme “Campo dos Sonhos”, no qual o personagem principal houve uma voz do além que cita “construa e eles virão”, dando a entender que existia uma demanda latente por eventos assim na cidade e que passa a ser suprida pelo evento.

Tenho o seguinte: o gênero terror, vocês que organizaram, poderia como dizer para vocês: “Façam, que eles virão”. Então estava lá, várias vezes a sala lotada. (Décio – Fantaspoa)

Assim, eu costumo ir bastante em cinema - não assim, sem querer ser muito pedante, mas não em Blockbuster, cinema mais alternativo. E eu gosto mais da ideia do Fantaspoa como festival, que tu vais, tu frequentas. Até porque

os filmes tu... Tem menos informação sobre eles quando tu vais ver, do que quando tu vais ver outro filme que o pessoal já viu, porque tem várias estreias, então tu vais meio às cegas ver o filme. Tu estás mais pelo festival do que por ver... “ah, esse filme acho que vou gostar”, sabe? Mas mais pela participação, sabe? (Guilherme – Fantaspoa)

Eu venho e... não sou amigo de ninguém da organização. Não sou realizador, eu venho mesmo.... esse lance que a Simone falou, de viver o festival, de viver o organismo que é o festival, como organismo vivo e dinâmico, das relações e da troca de conhecimento. Tem muitos desses filmes que não estão no circuito comercial. (Igor – Fantaspoa)

É, o festival é uma experiência completa. Não é só “ver filme”. É se planejar pra vir pra cá, pegar a revista no primeiro dia, olhar todas as coisas, tipo o site, olhar os trailers, ler as coisas, assim. Até vê, outros festivais e o negócio passou. É um pouco como ir no jogo de futebol. Tu podes ver o jogo de futebol em casa, bah, com a TV mais maravilhosa do mundo, com som não-sei-o-que, super ultra-HD, mas não é a mesma coisa que tu botares a camiseta, comprares o ingresso, ires para o estádio duas horas antes... (Simone – Fantaspoa)

6.2.7 A relevância do evento para as cidades-sedes

Os festivais de cinema, conforme apresentado na revisão de literatura, exercem um impacto na cidade em que são realizados (Quintín, 2009). Em Austin, este impacto não foi mencionado – e provavelmente não é tão evidente, uma vez que a cidade é local de realização de inúmeros eventos artísticos. Na área cinematográfica, os mais relevantes são o *South By Southwest* e o *Austin Film Festival*, realizados anualmente desde 1987 e 1994, respectivamente. Em Porto Alegre, a situação é significativamente diferente. A cidade recebe poucos eventos cinematográficos e tem somente outros 2 festivais regulares, de tamanho inferior – no caso, considerando-se público e número de filmes exibidos – ao Fantaspoa. Os dois outros eventos têm uma duração mais curta e que possuem um número de edições similar: o CineEsquemaNovo está na sétima edição e o Festival de Verão do RS de Cinema Internacional está na oitava edição.

A inexistência de outros eventos que apresentem uma cultura alternativa na cidade, assim como, o vanguardismo do evento foram mencionados, assim como características da cidade e dos cinemas que complementam o evento.

Ah, o festival é, para mim, eu acho fantástico. É uma coisa que Porto Alegre antes não tinha bem desenvolvido, vamos dizer... Não tinha, na verdade não tinha nada igual. É até difícil de acreditar que Porto Alegre ia ter um evento assim, eu acho, por que Porto Alegre é tão fechada. (Carol – Fantaspoa)

O Fantaspoa é algo que faz sucesso, não conheço coisa aqui em Porto Alegre ou no Rio Grande do Sul que se aproxime ou que tenha tanta visibilidade quanto o Fantaspoa. Eu acho que se as pessoas enxergarem... Como aqui eu acho que é bem conceituado... (Guilherme – Fantaspoa)

Se eu me imaginasse só como parte da plateia eu estaria assim eu diria “bah, como surgiu uma coisa tão legal, nunca imaginei que teria uma coisa tão legal na cidade desse tipo”. Eu até acho que o Fantaspoa é muito de vanguarda, no sentido que talvez se ele fosse em outro local, ele seria de vanguarda, mas aqui em Porto Alegre ele é de vanguarda, por que não tem algo do tipo do Fantaspoa, igual ao Fantaspoa, e é vanguarda por que eu acho que as próprias pessoas, a cidade, não está acompanhando o Fantaspoa ainda. A cidade não descobriu ainda o Fantaspoa, sabe? Mas pelo grau de importância, pelo grau de possibilidades que o festival levanta, eu acho que a cidade ... eu acho que o Fantaspoa ainda está muito à frente de Porto Alegre, ainda. (André – Fantaspoa)

Aqui em Porto Alegre tem algo, não consigo explicar o charme - de que tudo é perto - então tu podes ficar num hotel lá perto da Rodoviária e conseguir vir a pé pra cá pra ver o Fantaspoa em todos os cinemas, porque um é aqui, outro é ali, outro é ali embaixo. Tudo é perto, não precisa pegar ônibus, metrô - que eu acredito que é um problema nas grandes cidades. E aqui tem um clima de que tudo é perto, que as pessoas se conhecem, sabe? (Felipe – Fantaspoa)

6.2.8 O valor dos eventos

A temática do valor dos eventos é algo bastante relevante. Como visto na

revisão bibliográfica, o valor cultural, adicionado pela seleção e programação do festival, não se limita a um nível de preferência pessoal e se torna uma evidência da qualidade do evento (De Valck 2007). Foram feitas referências ao valor cultural do evento e também ao fato de que o festival pode ser visto como um evento que nutre os espectadores.

O valor cultural (do festival) é gigantesco. Como eu disse não vou procurar esses filmes na internet, e se eu for procurar, quem procura diz que não encontra vários - não vou conseguir local... (Adriane – Fantaspoa)

Eu acho que esse festival veio abastecer as pessoas. O primeiro, o segundo, o terceiro, era a galera de muito perto. A galera que prestou atenção nas pequenas inserções ali, dos jornais. E depois essa galera foi disseminando e eu acho que... mais gente que tava afim ficou sabendo, né? Eu acho que aos poucos o festival conseguiu se manter ali naqueles... naqueles anos de dureza, assim. Eu acho que foi o tempo de conseguir informar as outras pessoas que já gostavam disso, que puderam ver, outras pessoas que experimentaram. Então o próprio festival ele... dá alimento e se alimenta disso. (Simone e Igor)

...Enfim, é como me alimentar, é como comer, é como fazer exercício corporal, que tem que ser feito todos os dias, o trabalho do corpo. Você tem que... esteticamente, também, você tem que se alimentar. E o cinema te dá isso, o festival te dá isso. (Nara)

O festival é visto pelos espectadores de ambos os eventos como gerador de oportunidades: seja pela oportunidade de conhecer e encontrar pessoas com gostos similares, ou devido ao fato de viabilizar que se assistam filmes que provavelmente não seriam assistidos se não fosse pelo fato deles estarem presentes no evento.

Na verdade é o local ideal para as pessoas que amam assistir filmes que elas não poderiam ver no cinema convencional. Se juntar com outras pessoas e ver filmes verdadeiramente animadores e únicos. Provavelmente nunca mais será possível ver estes filmes, a não ser com muita procura. É aquilo... esse festival nos traz estes filmes. E ele é divertido, é divertido, cara, é um evento gigante. (Chris – Fantastic Fest)

Mas o prato principal do Fantastic Fest são os filmes que 99% das pessoas que você conhecer diariamente nunca terão a chance de ver e talvez se eles buscassem até conseguissem, mas elas não irão atrás. (Brian –

Fantastic Fest)

Então o futuro é isso: investir cada vez mais nessas coisas que a gente só pode ver aqui, sabe? Difícil de baixar, é difícil de ver gente falando. Acho que o festival tem que lançar coisas, começar a lançar coisas, começar a pegar coisas que estão lá que ninguém sabe que tem, e lançar. De repente, daqui vai pra ... pros fãs, pras distribuidoras, mas o festival tem que lançar o negócio. Acho que é por aí o futuro, assim. (Felipe – Fantaspoa)

Não apenas os filmes são passíveis de serem assistidos, mas é possível assisti-los na tela grande e em conjunto com outros espectadores, o que também é considerado relevante. Como contraponto ao espetáculo cinematográfico, os respondentes apontam que teriam que assistir aos filmes em DVD (nos Estados Unidos) ou teriam que fazer downloads dos filmes na internet (ilegalmente), caso estes não estivessem disponíveis nos festivais. O fato da internet ser o único meio citado pelos respondentes brasileiros, se deve ao fato de que no Brasil, a maioria desses filmes nem ao menos serão lançados em *home video*. Então, a única maneira de assisti-los é através da pirataria.

O festival por si só é único. Eu posso ver muito cinema asiático, que só conseguiria assistir em dvds, com centenas de outras pessoas que gostam de cinema tanto quanto eu, ou até mais. (Chris – Fantastic Fest)

Porque tu sabe que vai ser difícil, vai ter uma dificuldade enorme de ver isso de outra maneira... pra mim o cinema é um... o tipo mais óbvio e perfeito pra ver um filme, tu está completamente imerso, num lugar escuro, tu não vê nada, com uma tela e com uma grande sonoplastia sendo atingido de todos os lados. Tu nunca vais sentir um filme da mesma maneira que tu sentes num cinema. (Adriane – Fantaspoa)

E você tem a oportunidade de ver esses filmes no cinema, né? ... No Fantaspoa a gente tem a oportunidade de ver filmes que não conseguiríamos ver em outros lugares - e principalmente, acho que é o fator mais importante, que influenciou bastante a gente, de finalizar nossos filmes inclusive para estar no Fantaspoa, porque o Fantaspoa incentiva. (Rapha e Armando – Fantaspoa)

Conforme mencionado acima, a outra forma de assistir aos filmes seria baixando-os pela internet, de maneira que os eventos são vistos como

extremamente relevantes como oportunizadores de apreciação da arte cinematográfica.

Pra mim tem grande importância, assim... Eu não... eu não baixo filme, pra mim internet sempre é uma porcaria. Compartilhada com meu irmão, é sempre uma “luta”, e tal. Então são filmes que eu não buscava baixar, e eu gosto... eu sou meio retrô, eu gosto da experiência do cinema. E ao mesmo tempo sempre busquei esses filmes “diferentes”, assim, do cinema dito “normal”. (Simone e Igor – Fantaspoa)

E é então quando tem o fantaspoa tu tem uma união desses filmes e tu acaba revendo algumas coisas que tu já viu, alguns filmes prediletos, e conhecendo alguns outros filmes que tu não tens acesso, porque, assim, eu costumo fazer downloads de muitos filmes, e tal, mas ainda assim é meio restrito, porque dentro da internet tu tem algo ... ãh... filmes mais focados, assim, que são mais focos de publicidade dentro desses mais, ãh - como posso dizer, “cults”, assim. (Wagner e Enzo – Fantaspoa)

E principalmente como espectador e fã e pesquisador do gênero... por poder ver filmes novos, que eu não veria de outra forma... Porque, claro, hoje a gente pode baixar muita coisa, via torrent e tal, mas tem coisas que tu não sabes que existem. E esse é o legal da programação do festival, tu podes ter uma base “oh, aqui, isso eu não sabia que tinha, olha o filme aqui, ah, é filme [inaudível], curto, vou ver esse filme” e tal, ah, mesmo que tu fique o dia inteiro na internet tu não vais achar todos os filmes que têm. (Felipe – Fantaspoa)

Muita gente tá... só tem... se não houvesse o festival só teria oportunidade de ver isso na telinha de seu laptop ali, porque baixou, porque pesquisou, porque tem que baixar a legenda lá do caramba... E aqui basta vir aqui. O festival tá aqui, o festival tá te trazendo um monte de coisa legal pra caramba, e acho que basta vir aqui. (Simone e Igor – Fantaspoa)

Cabe ressaltar que o Fantaspoa se tornou a principal alternativa no Brasil para a exibição de filmes de gênero fantástico. Conforme mencionado por um respondente, o evento acaba sendo incentivador da produção destes filmes, uma vez que os filmes exibidos no festival conseguem mais facilmente mídia e divulgação para os realizadores. Por exemplo, os cineastas brasileiros Rodrigo Aragão e Paulo Biscaia Filho tiveram a première de seus primeiros longas-metragens exibidos no

Fantaspoa em 2008 e 2009, respectivamente, e tornaram-se realizadores conhecidos no meio cinematográfico brasileiro, em parte, através do festival.

Portanto, pode-se dizer que o evento é também visto como “inspirador”, em dois sentidos: como se ele servisse de motivador para os cineastas finalizarem seus filmes e também como inspirador de outros eventos semelhantes. Assim como o Fantastic Fest e o Fantaspoa possuem inspiração direta no modelo europeu de festivais de gênero, eles inspiram outros eventos:

A gente está produzindo, como eu falei do nosso próprio filme, a gente produziu visando estar aqui esse ano... E, assim, eu não acredito que só a gente, mas muita gente ainda faz filme visando o Fantaspoa, porque ... eu tenho como o maior festival brasileiro de Cinema Fantástico - o Fantaspoa. Fora o prestígio que o João tem, o Fantaspoa tem, em outros países, né? Isso é muito massa. (Rapha – Fantaspoa)

Eu acho que tendo um festival grande de cinema fantástico, vai surgindo cada vez outros mais, e o Fantaspoa meio que inspira quem quer organizar um festival, o fantaspoa inspira. O cara fala “Ah, na minha cidade aqui vou fazer um festival igual ao fantaspoa”. (Armando – Fantaspoa)

Significa que as pessoas estão vendo que é uma coisa séria, uma coisa bacana, que vale a pena investir. E acho que isso acaba despertando a vontade, em outros lugares, de se fazer. “Pô, a gente também pode fazer”, por quê não? E aí começam a surgir pequenos festivais, pequenas iniciativas. (Juliana – Fantaspoa)

6.3 O PAPEL DOS FESTIVAIS DE CINEMA

Os festivais de cinema exercem diferentes papéis para diferentes públicos. Conforme abordado na revisão bibliográfica, existem basicamente três categorias de público diretamente envolvidas nos festivais: a indústria cinematográfica (distribuidores e exibidores), os cineastas (produtores de conteúdo) e os espectadores (consumidores deste conteúdo).

Ao serem questionados a respeito do papel dos festivais de cinema, os respondentes abordaram seis diferentes tópicos, todos eles possuindo uma relação

observável com cada um destes diferentes públicos: (1) a função geral do festival; tópico que se relaciona com os 3 diferentes públicos envolvidos; (2) a influência dos festivais de cinema na indústria cinematográfica; (3) a criação de um espaço para exibição de filmes independentes e (4) o festival como certificador da qualidade dos filmes, que se referem principalmente aos cineastas e à indústria cinematográfica e (5) a importância de exibir filmes diferentes e (6) a ida ao cinema em si, que fazem referência principalmente aos espectadores.

6.3.1 A função geral do festival

Ao redigir um artigo sobre festivais de cinema, o crítico e jornalista Celso Sabadin (Planeta Tela, 2012) analisou que a principal função de um festival é levar arte, pensamento, cultura e reflexão cinematográfica para todo o país. Ainda que o objetivo central de um festival possa ser resumido como exibir conteúdo cinematográfico para espectadores que tenham interesse em assisti-lo, este objetivo pode conter muitas nuances e detalhes. Conforme um dos entrevistados comenta:

Festivais de cinema têm várias funções. Primeiro lugar - atender os aficionados, atender os cinéfilos, porque os cinéfilos já estão com os olhos em cima dos festivais. E os festivais servem de vitrines, inclusive de gostos... (Décio – Fantaspoa)

Os respondentes do Fantastic Fest vêem o festival como um oportunizador da fuga da rotina e da valorização do cinema como arte.

Tenho a esperança que o festival faça os espectadores pensarem. Me faz lembrar de uma famosa peça norte-americana "Our Town"... De um diálogo da última cena: "será que as pessoas não percebem o que elas estão perdendo enquanto estão vivendo suas vidas e executando tarefas rotineiras?". Espero que, talvez, a partir da interação no festival, as pessoas reflitam e dêem um tempo na sua rotina para perceber que são as pequenas coisas, as pequenas interações e até as pequenas gentilezas que importam, e mudem um pouco. (Kevin – Fantastic Fest)

...Todo mundo quer que as pessoas de Hollywood e outros produtores de cinema venham para as suas cidades e para seus países fazer filmes e

injetar dinheiro, certo? A não ser que exista um festival nestes locais, a partir do qual os habitantes da cidade entendam que isso é arte, que vai além de um entretenimento de duas horas, isso não acontece. O festival mostra que o cinema não é descartável. É algo com que as pessoas estão dispostas a se divertir e se comprometer. (Joshua – Fantastic Fest)

Os respondentes do Fantaspoa falaram a respeito da importância do festival promover a cultura, do fato de serem exibidos filmes que não seriam exibidos em outros locais, da criação de um espaço propício para apreciação da arte cinematográfica e da interação de pessoas com interesses semelhantes.

...E eu acho que [o festival] tem esse impacto na vida das pessoas. De permitir ter um espaço físico em que elas vão ver um filme diferente. Podem discutir com o diretor. Podem conversar depois com alguém da plateia, ou com alguém que já conhecia, ou conhecer gente nova... Eu acho que ele cumpre essa função meio de... sei lá, expandir a mente das pessoas. Claro, da pessoa que souber aproveitar. (André – Fantaspoa)

O que eu acho mais interessante é que o festival promove a cultura de uma forma mais geral, de uma forma muito legal - porque ele traz essas pessoas e além de exibir o que elas estão fazendo, o festival permite que os espectadores possam compreender como pensaram, como criaram tecnicamente o seu filme. Isso (o festival) é uma ilha no meio do todo. Sabe? É uma ilha que você pode ver "não, isso é diferenciado, isso é diversificado". Tudo que eu acho que é um pólo de cultura que vai enriquecer o ser humano. (Nara – Fantaspoa)

6.3.2 A influência do festival na Indústria Cinematográfica

Ao analisar a relação do festival com a indústria cinematográfica, percebe-se que os eventos passaram a ser considerados uma nova forma de distribuição. Atualmente, devido às novas formas de produção cinematográfica, o número de filmes produzidos é muito alto. No ano de 2012, mais de oito mil produções foram lançadas e cadastradas no site Internet Movie Database (www.imdb.com) considerando-se que ainda há filmes lançados que não constam no escopo deste site, pode-se estimar que o número de produções realizadas em 2012 seja superior

a 10 mil títulos. Muitos destes nunca serão lançados em DVD, Blu-ray ou *Video on Demand* (formatos mais acessíveis ao público) e apenas uma pequena fração destes será exibido em uma sala de cinema. Portanto, os festivais acabam se tornando um novo canal de distribuição na cadeia cinematográfica. Esta questão é debatida pelos respondentes de ambos os festivais.

Do ponto de vista do cineasta, é a maneira de mostrar o seu trabalho para as pessoas e se você tem um longa, é uma maneira de tentar conseguir distribuição. Principalmente para o pequeno filme independente e para os curtas. É como se fosse o único local no qual eles serão vistos, a não ser que seja um cinema alternativo de Nova Iorque ou Los Angeles. E também é o local no qual podemos ver coisas que são diferentes, que não tem tanto apelo comercial, mas são coisas lindas e maravilhosas. (Kevin – Fantastic Fest)

Eu acho que os festivais de cinema são essenciais na indústria cinematográfica neste momento, no qual estamos nos afastando de muitas salas de cinema e os direitos de vídeo “on demand” e “streaming” se tornam parte essencial do modo como os filmes são distribuídos. Tudo é mais dependente do boca a boca, então, acho que gerar um “buzz” positivo em um festival de cinema é parte do que leva um produtor a conseguir um contrato de distribuição atualmente. (Josh – Fantastic Fest)

Festival de cinema é maneiro porque você consegue passar filmes que talvez comercialmente não teriam chance, mas que chamam atenção num festival... Eu acho que o Fantaspoa tem uma grande variedade de filmes que ninguém nunca teve a oportunidade de ver num cinema comercial, nem tem a oportunidade de comprar um DVD se quiser... Porque não são muito acessíveis... Porque passam em festivais do mundo inteiro e aqui no Brasil você só vê esses filmes no Fantaspoa. (Rapha e Armando – Fantaspoa)

O festival exhibe uma cultura de difícil acesso – ou de não tão fácil acesso. Apesar da internet e da gente poder baixar filmes a qualquer momento, eu tenho impressão que ver um filme numa sala de cinema é bem diferente e bem mais interessante... então, isso me faz frequentar o festival e acredito - muita gente que eu conheço frequenta por conta disso também: pela dificuldade de acesso e a distribuição dos filmes. (João – Fantaspoa)

O cinema como a gente conhece, a forma de exibição como nós conhecemos está indo por água abaixo. O cinema eventualmente vai

morrer. E a indústria está se dando conta disso. Né? Com a ascensão da internet, os cinemas estão esvaziando-se cada vez mais, e eu acho que a indústria percebeu que aí existe ainda esse foco, que são os festivais. (Cristian – Fantaspoa)

Respondentes dos dois festivais mencionaram que os filmes atraem mais a atenção de distribuidores através da participação em festivais. Em função disso, eventualmente estes filmes podem ser adquiridos para distribuição:

Acho que é uma boa maneira de conseguir exportar o seu filme. Principalmente agora que os melhores filmes não são necessariamente “mainstream”. Então esta é uma ótima oportunidade de checar os filmes... sabe, você não poderá ver estes filmes em nenhum outro lugar. E a partir do festival eles encontram o seu público, eles podem conseguir distribuição, eles podem se conectar com aquele nicho que é tão importante, em um cinema e posteriormente em “home video”. (Trevor – Fantastic Fest)

Para alguns filmes, eles são a porta para a distribuição. Quer seja por conseguir o interesse de um distribuidor, ou por fazer com que o público se interesse, gere mídia espontânea, fazendo com que o seu filme seja mostrado em outros locais que sejam interessantes. Os festivais em Austin são como um portal que nos permite ver coisas que não poderíamos ver de outra maneira. Então, enquanto público, é isso que nós queremos. (Jette – Fantastic Fest)

Têm filmes que passam em festivais que abrem os olhos, vamos dizer assim, das distribuidoras que falam “opa! Tem bastante gente vendo esse filme e comentando esse filme. Vamos lançá-lo comercialmente”, entendeu... Quem trabalha com distribuidoras, tanto de cinema quanto de vídeo, deveria participar de festivais pra ver a receptividade do público a vários filmes, porque têm filmes que a gente percebe claramente que podem ser um fenômeno de bilheteria depois. (Felipe – Fantaspoa)

Olha, eu acho que pode acontecer dependendo do sucesso, do impacto que o filme causar na plateia do festival, na repercussão que o filme tiver, esse filme pode ser lançado depois comercialmente. E também o festival, dependendo do... digamos, da receptividade que ele tiver perante o público, né? Ele força aquele distribuidor a abrir mais o olho e ir atrás de uma coisa diferente... Talvez ele incentive o cinema comercial a ousar um pouco mais. (André – Fantaspoa)

Além de verem os festivais como uma nova forma de distribuição e um local de aquisição de conteúdo por parte dos distribuidores, os respondentes do Fantastic Fest também abordaram outras influências do festival na indústria cinematográfica, como a abertura de um espaço para exibição das obras de artistas iniciantes e a maneira que o festival pode ajudar os cineastas a conseguir recursos para seus próximos filmes.

...O papel que o Fantastic Fest tem para o mundo fora do Fantastic Fest... Bem, nós temos muitas premières mundiais, o que significa que exibimos filmes que nunca foram visto antes. Temos uma série de filmes que estão sendo mostrados pela primeira vez na América do Norte. E talvez os espectadores tenham a oportunidade de mudarem o vernáculo do que é visto ou não, ao menos aqui neste país. Mas, ao mesmo tempo, centenas de festivais ao redor do mundo olham para o Fantastic Fest para ver o que nós programamos. Da mesma maneira que nós prestamos atenção no que é programado em outros festivais, como Fant-asia, como Sitges, como Fantasporto e todos os festivais que são parte da associação Meliès. (Harry – Fantastic Fest)

As pessoas compram os direitos dos filmes nos festivais de cinema. Eu não sei dizer se eles ajudam os filmes independentes a serem feitos, mas certamente colaboram para que os cineastas tenham mais recursos. (Caleb – Fantastic Fest)

Os festivais de cinema exercem um grande papel na indústria, já que é uma maneira de fazer com que o seu filme seja exibido sem ser pressionado pelo sistema dos estúdios... Não, aqui é mais como “nós fizemos muito sucesso e agora os estúdios estão interessados”. Agora nós queremos fazer o nosso próximo filme. A gente vê filmes como Atividade Paranormal... ele não teria chegado onde chegou e não teria uma sequência prestes a ser lançada se não fosse pelo Fantastic Fest, se não fosse o festival utilizando a internet para difundir o filme. São os fãs que fazem os filmes serem vendidos, não são os estúdios, nem os cineastas. Basicamente, depois que você encerra seu trabalho de edição e você tem uma cópia finalizada, é sua obrigação fazer com que ele chegue às mãos das pessoas certas, você tem que fazer com que ele seja visto, para que os olhos e as mentes dos fãs apreciem seu filme. São as pessoas que têm uma voz e que vão falar do seu filme. (Tyler – Fantastic Fest)

O sistema dos estúdios já não produz nada novo. É o movimento do cinema

independente, dos pequenos filmes e dos estudantes de cinema que estão criando coisas novas e produzindo os diretores de amanhã. E estas pessoas ganham exposição nos festivais, nos quais seus filmes são mostrados perante um grande público, gerando boca-a-boca. Ou seja, é neste tipo de lugar que você irá encontrar criatividade. (Blake – Fantastic Fest)

Já os respondentes do Fantaspoa apontam ainda para o fato de que o festival oferece espaço para filmes diferenciados daqueles que são amplamente comercializados. A seleção de filmes do festival foi mencionada como influenciadora do que as pessoas vão ver e eventualmente, da indústria cinematográfica:

Eu acho que é isso - essa coisa de você abrir um nicho lá no meio daquela cultura massificada, para coisas mais artísticas, para um cinema mais articulado, mais engajado, talvez até mais politizado, do que aquela coisa muito enlatada... (Nara – Fantaspoa)

Os filmes que vão para um festival já passam por um crivo bem rígido, eu acho. E esse crivo acaba influenciando o resto da indústria, eu acho. Talvez não os festivais em si, mas a seleção de filmes que é feita por determinadas pessoas, elas vão influenciando as escolhas do que as pessoas vão ver. (João – Fantaspoa)

6.3.3 A criação de um espaço para exibição de filmes independentes

Conforme mencionado anteriormente, a maioria dos filmes que são exibidos em ambos os festivais não poderiam ser assistidos nos cinemas se este tipo de evento não existisse. Uma parte significativa da programação do Fantaspoa e do *Fantastic Fest* é composta por filmes de cineastas iniciantes – ou até mesmo estabelecidos, mas que trabalham de maneira independente –, sem o apoio de produção de um grande estúdio, sem estrutura e, na maioria das vezes, com um baixo orçamento. Os respondentes dos dois eventos analisam essa questão de maneira similar:

Olha, eu vou ser bem sincero contigo, assim: no caso do Fantaspoa, é uma coisa pra fã, atinge um público maior que só os fãs, mas a maioria dos filmes são independentes, e aqui no Brasil esse tipo de coisa não tem... Não

vou dizer “não tem mercado”, mas não tem muito apoio. (Marcelo – Fantaspoa)

O festival abre espaço para filmes pequenos, de pequeno orçamento, ser filme mais desconhecido que dificilmente tu vais encontrar pra locar, pra baixar, ou num cinema comercial normal. São filmes que são pérolas que tu tens aqui e tens que aproveitar. (Thael – Fantaspoa)

Com a tecnologia estando tão disponível a todos, vemos filmes como Atividade Paranormal sendo distribuídos, o qual qualquer pessoa poderia fazer algo assim, algo que os estúdios não dariam a devida atenção. Eu acho que os festivais de cinema dão uma oportunidade para que as pessoas vejam estes filmes realmente pequenos. (Emily – Fantastic Fest)

Eu acho que os festivais de cinema provavelmente tem um papel maior para os cineastas independentes, pois são uma oportunidade para que cineastas que não necessariamente conseguiriam distribuir os seus filmes mostrem os mesmos para o público e façam com que centenas de pessoas vejam seus filmes, escrevam críticas sobre eles. Os festivais definitivamente colaboram na propulsão da carreira de filmes menores e de cineastas independentes. Sabe, é uma oportunidade de ser notado por uma distribuidora, por compradores de direitos e até mesmo por outros cineastas... acho que mais do que qualquer outra coisa, os festivais de cinema são uma oportunidade para o cineasta de mostrar o seu filme e dizer “foi isso aqui que eu fiz” e esperar que isso faça com que ele chegue a algum lugar, seja com este filme, ou com um próximo projeto. (Luke – Fantastic Fest)

6.3.4 O festival como certificador da qualidade dos filmes

Outro aspecto extremamente relevante do ponto de vista dos produtores é a mídia gerada para o filme e para os realizadores em decorrência da exibição no festival. Além disso, a presença no festival é considerada uma certificação de qualidade para o filme, principalmente se este for premiado, além de gerar o marketing boca-a-boca e possíveis críticas por parte de espectadores.

Na verdade também esses festivais acabam lançando muita gente massa. O Kappel apareceu com Pólvora no festival, o Rodrigo Aragão, o próprio

Dennison Ramalho, com *Amor Só de Mãe*, ele também teve um puta destaque em festivais - isso proporcionou pra ele como cineasta ir para São Paulo trabalhar, e hoje em dia ele tá lá fora fazendo filme com o John Carpenter. Isso é sinistro, são pessoas que a gente via, que conhecia, sacou? E por causa do festival, por essa coisa de mídia, ele teve repercussão, ele conseguiu ir "lá pra fora", muito massa. Isso se deve muito a festival, por que é a visibilidade, né? (Rapha e Armando – *Fantaspoa*)

Eu acho que tem a própria divulgação, mesmo... eu acho que o fato do filme passar em tantos festivais, ter... ganho prêmio disso, daquilo, daquele outro, é um ... isso até pode ser usado por quem fez o filme pra tentar vender, ou enfim, pra se promover de alguma forma... Quanto mais festival o filme roda, dá mais trabalho, mas talvez melhore a divulgação dele. (Simone e Igor – *Fantaspoa*)

Os respondentes do *Fantaspoa* mencionaram que a participação dos filmes nos festivais e o fato de determinados filmes terem sido premiados funcionam como uma forma de validação dos filmes, criando interesse sobre eles. Já, no *Fantastic Fest*, este selo de qualidade é principalmente percebido pelas críticas publicadas na internet por parte dos espectadores. No Brasil, existe um número pequeno de websites independentes com grande número de acessos e de leitores, situação bem diferente do que ocorre nos Estados Unidos, onde há sites independentes gerando interesse, promoção e até mesmo influenciado a apreciação de um determinado filme.

Para muitas pessoas, a experiência de assistir estes filmes em particular permite que elas sejam as primeiras a escrever críticas sobre estes filmes... As pessoas podem ver os filmes e publicar críticas em seus blogs. Têm tantas pessoas aqui fazendo isso, eles estão sendo capazes de se tornar parte significativa do pensamento a respeito destes filmes e isso nunca aconteceu com o cinema antes... Elas estão vendo os filmes e falando a respeito deles antes dos jornalistas... E isso acaba virando uma bola de neve... Então todo esse pessoal dos pequenos sites, não estão apenas vendo e apreciando os filmes, mas ajudando a difundir o conhecimento sobre estes filmes em primeira mão. (Lars e Zack – *Fantastic Fest*)

O marketing boca-a-boca gerado pelos espectadores do festival é visto como essencial para os filmes que têm seu lançamento em um festival como o *Fantastic Fest*, como mencionado nos trechos abaixo:

Os festivais de cinema sempre foram importantes no que se referia à compra de um filme, mas, agora, com a internet sendo tão importante, festivais de cinema como esse, cheio de technogeeks, realmente podem destacar um filme. Se ele sai do Fantastic Fest com um “buzz” incrível, ele será selecionado por outros festivais de cinema de gênero e assim ganhará legitimidade. (Reed – Fantastic Fest)

É muito importante. Para muitos filmes, principalmente para os independentes, é vital, é essencial. Porque muitos filmes não têm distribuição, ou talvez até tenham um distribuidor planejando apenas um pequeno lançamento. Se o público assiste a um grande filme, eles querem contar para as pessoas a respeito... e é bom ter este tipo de comunicação, porque ajuda a difundir estes filmes e possivelmente isso atraia pessoas da indústria também, que vêm assistir aos filmes e eventualmente comprá-los, distribuí-los e fazer com que as pessoas o assistam. Há muito que os festivais podem fazer neste âmbito. (Jason White – Fantastic Fest)

Duas respondentes citaram exemplos de sucessos surgidos no *Fantastic Fest*: o filme *Atividade Paranormal* (exibido em première no Fantastic Fest de 2010, tornou-se uma das franquias mais rentáveis da história do cinema, estando atualmente na produção do quinto filme da série, a ser lançado em 2013) e o filme *Los Cronocrímenes* (exibido no evento de 2009, foi distribuído em diversos países do mundo, em parte devido à sua presença no evento, e, no momento, sua refilmagem americana está em pré-produção).

Fantastic Fest traz muitas coisas que normalmente não vemos sendo exibida em nenhum outro lugar. Principalmente os pequenos filmes de gênero, que não recebem muita atenção da grande mídia. Eu acho que ele gera muita atenção e “buzz” para estes filmes e faz com que as pessoas falem a respeito deles, sabe. Não apenas na imprensa, mas também pessoas em geral, gerando uma propaganda boca-a-boca. Eu espero que os filmes de menor orçamento ganhem o reconhecimento que merecem a partir disso, assim como aconteceu com Nacho Vigalondo e *Timecrimente*. Ele veio aqui apresentar o filme e, do nada, se tornou um sucesso, com distribuição garantida e com um “remake” em produção. É muito bom ver isso e espero que muitos outros festivais proporcionem isso para outros cineastas. (Tara – Fantastic Fest)

Os respondentes do *Fantastic Fest* percebem os espectadores deste festival como sendo os responsáveis pela primeira avaliação das reações do mercado

espectador perante os filmes, pois é neste ambiente que a maioria destes filmes será assistida pelo público pela primeira vez.

Os festivais de cinema são, na verdade, o local no qual a maioria dos filmes é julgada, os filmes de menor orçamento, os filmes independentes que estão tentando se firmar e conseguir distribuição. O festival de cinema é o palco no qual eles vêm fazer um teste. A real é que a maioria dos filmes não seria visto de outra maneira. Se você for a uma locadora e não tiver ouvido falar sobre determinado filme, mas você vê um louro que diz “seleção oficial de determinado festival”, isso pode fazer com que o seu interesse seja aumentado. Então, os festivais são, ao menos, um treino para estes filmes. (Brian Kelley – Fantastic Fest)

O que está acontecendo... Os festivais se tornaram uma espécie de exame pelo qual os filmes passam... Principalmente agora, com um número tão grande de cineastes independente. (Q – Fantastic Fest)

6.3.5 A importância de exhibir filmes diferentes

Do ponto de vista de diversos espectadores, é função do festival exhibir filmes excêntricos, alternativos, incomuns. Filmes que de outra maneira não poderiam ser assistidos em uma sala de cinema. Além disso, dois respondentes mencionam que não conheceriam alguns destes filmes se não fosse através do Fantaspoa. Também foi comentado sobre o fato deste festival ser especializado em cinema de gênero fantástico, o qual já está incorporado à cultura popular, não apenas no cinema, mas também na literatura. Neste trecho, não serão apresentadas opiniões sobre os filmes, pois isto será abordado no item 12.5.

Especialmente filmes diferentes, filmes que infelizmente não entram em cartaz no circuito comercial - em muitos casos, eu digo infelizmente mesmo - e aí tu tem uma chance de poder ver um filme, ver uma obra criativa diferente por um preço baixo. Basta ir. É muito simples: basta ir. (Simone e Igor – Fantaspoa)

Então... eu acho que o futuro de todo festival que se preze deve ser isso - investir em coisas menos conhecidas, que o público não veria de outra forma.... Tem filmes que chegam aqui que tu não sabia que existiam antes

de estar passando no Fantaspoa. Para o Fantaspoa é importante criar um público interessado no gênero, e para o público eu acho que o Fantaspoa tem uma importância grande... (Felipe – Fantaspoa)

Também dá pra dizer que muitos filmes que eu tive a oportunidade de ver foi ali, filmes que chamaram a minha atenção por estarem no Fantaspoa, que antes eu não tinha tomado conhecimento, clássicos que eu vi quando era guri e pude ver no cinema - isso eu acho mérito total. (Marcelo – Fantaspoa)

(O festival cria) a oportunidade de conhecer novos filmes, alguns que eu não sabia que existiam, alguns mais atuais, e que me chama atenção e faz com que eu venha. Talvez eu não soubesse que não existia o filme, talvez eu nunca tivesse contato com ele. Eu acho que isso é uma das coisas que atrai as pessoas para virem pra cá... (Roberto – Fantaspoa)

Então um festival como o Fantaspoa, e outros festivais também, eles podem mostrar que... o cinema não depende só de grife, de repente o público não está interessado só em grife, talvez o público esteja interessado em assistir algo diferente. Tanto os mais sectários quanto os “mentes mais abertas” querem ver algo diferente. Algo que extrapole a realidade. Acho que o fantástico é extrapolar a realidade, né? E às vezes extrapolando a realidade tu reflete sobre a tua realidade. Se pegar o início do cinema, talvez um dos principais filmes é o “Viagem à Lua”, que é um filme fantástico. Então é algo que sempre esteve presente. Se tu pegar a própria literatura, sempre teve o fantástico... o Fantástico sempre esteve presente dentro da... assim... da necessidade das pessoas, né? (André – Fantaspoa)

No caso do Fantaspoa é também mencionado o fato de alguns filmes exibidos neste evento terem sido proibidos em outros locais, reforçando ainda mais esse aspecto de exhibir um cinema diferenciado.

Também por tratar de filme mais polêmico - tipo “A Serbian Film”, que passou no Fantaspoa, e foi proibido no Brasil depois por exibição comercial. Só teve no Fantaspoa, e quem não assistiu ou não conseguiu baixar, não assistiu o filme. (Thael – Fantaspoa)

O fato de ano passado terem exibido o Serbian Film...sabe? Aquilo foi uma facada no meu coração. Porque bah... eu fiquei muito impressionada, porque nossa, eu escolhi sem querer - eu vi que tava dando uma polêmica e pensei pô vou ver, sabe? Fiz um monte de gente vir comigo - umas 12

peças vieram na mesma sessão que eu. Se ninguém conseguiu - sabendo que o filme foi censurado - dar um valor pro Fantaspoa depois disso, aí eu não entendo... ele escolheu certo, ele escolheu o que tinha que ser mostrado antes que fosse proibido... (Adriane – Fantaspoa)

Cinco respondentes do Fantastic Fest comentaram a respeito do acesso à variedade de filmes. A maioria dos filmes mencionados são estrangeiros, independentes, ou títulos que não possuem distribuição. Muitos destes possuem uma abordagem diferenciada, seja quanto à estética, temática ou forma narrativa e, portanto, podem ser entendidos como filmes que ampliam o repertório cinematográfico dos espectadores, conforme a opinião de um entrevistado. Por outro lado, também foi mencionado que o festival amplia o público destes filmes. Segue abaixo três excertos sobre este tópico:

Acho que diferentes festivais exercem papéis diferentes na indústria. Acho que o papel exercido pelo Fantastic Fest é único, pois ele é um festival destinado aos fãs. E muitos dos filmes que normalmente não conseguiriam distribuição, nem atenção, acabam recebendo a atenção devida, pois eles são assistidos aqui e as pessoas escrevem sobre eles em seus blogs e no twitter e elas fazem isso com uma paixão intensa, então, muitos dos filmes estrangeiros, ou de baixo orçamento que normalmente não seriam assistidos, acabam sendo.

(Carolee – Fantastic Fest)

Bem, o festival nos apresenta muitos filmes que não vimos. O Fantastic Fest executa um ótimo trabalho ao trazer filmes estrangeiros para a maior parte do público. “Sauna”, “A Substituta” e “Deixe Ela Entrar” são exemplos de filmes que foram exibidos aqui antes. Nós tivemos ótimos filmes que nenhum de nós teria visto sem o festival, então ele amplia nossos horizontes e nos introduz a diferentes cinematografias. Principalmente para nós, que estamos cansados da mesmice de Hollywood, com filmes cheios de explosão e fórmulas repetidas. Ser capaz de ver um tipo de filme diferente, de uma nação diferente, definitivamente abre nossos horizontes e nos inspira como cineastas. (Q – Fantastic Fest)

Bem, para mim, e acho que posso falar por várias pessoas, é como se eu não pudesse ver estes filmes em qualquer outro lugar. Há a possibilidade de que eles não sejam distribuídos e há muitos dos quais eu saio da sessão dizendo ‘Eu gostaria de mostrar este para o meu irmão’, que gosta deste tipo de filmes, ou para amigos meus, que pensam como eu, mas não

puderam comparecer ao festival. Eu acho que o mais importante é entrar em contato com vários filmes diferentes que você não iria ver. (Tony – Fantastic Fest)

6.3.6. A ida ao cinema

Seis respondentes (dois do *Fantastic Fest* e quatro do *Fantaspoa*) falaram a respeito destes festivais propiciarem a oportunidade rara de assistir em uma sala de cinema aos filmes programados. Foram feitos comentários referentes à diferenciação que a aura e a magia do cinema acrescentam à apreciação do filme. A maioria dos filmes é planejada para exibições em cinemas, pois os equipamentos destas salas permitem maior riqueza e qualidade da imagem e do som quando comparados aos equipamentos domésticos. Assim, apesar da atual facilidade de acesso a filmes pela internet, a exibição no cinema, na maioria dos casos, é o momento no qual se permite ao espectador apreender todos os detalhes e nuances concebidos pelo criador da obra cinematográfica. Além disso, conforme comentários dos frequentadores, assistir a um filme no cinema envolve outras questões além das relativas às qualidades do filme em si, tais como o conforto do espaço e o ambiente propício para uma maior apreciação do filme:

... com essa liberdade ... essa... licenciosidade de todo mundo baixar o que quer a hora que quer, né? Tirou um pouco dessa... “magia” de vou ao cinema. Acho que os festivais trazem isso de volta... É legal, pois pelo fato de incentivar as pessoas de levar as pessoas o prazer de ir ao cinema. Fazer tu curtir uma sala, de não simplesmente tu fazer download e ver o filme em casa, entendeu? (Juliana – Fantaspoa)

O sucesso do *Fantaspoa* se deve à singularidade... nós que gostamos de cinema fantástico, envolvendo ficção-científica, ou filme de terror, suspense, ou algo até mais “gore” temos dificuldade de ver isso no cinema... eu... não gosto tanto de assistir filmes em casa quanto ir a um cinema: a tela é maior, e tem todo aquele... aquela aura de cinema, assim, onde tudo está em silêncio, todos estão prestando atenção naquele filme. (Wagner e Enzo – Fantaspoa)

Me parece que cada vez mais o festival de cinema está se tornando a via

para poder ver um filme na tela grande. Na tela em uma sala de cinema e não na sala de estar de sua casa. (Jason Neulander – Fantastic Fest)

6.4 AS SESSÕES DOS FESTIVAIS DE CINEMA

Diferentemente da participação em uma sessão regular de cinema, a participação em uma sessão de festival possui características que a diferenciam, fazendo com que a mesma tenha semelhanças com um ritual. As opiniões dos respondentes quanto às diferenças entre uma sessão do festival de cinema e uma sessão comercial podem ser organizadas em 4 tópicos:

- 1) O processo de participação em uma sessão de festival;
- 2) O ineditismo dos filmes exibidos em um festival de cinema;
- 3) A aura e a atmosfera que envolvem as sessões de festival;
- 4) A influência do público sobre o que acontece nas sessões de festival.

Para grande parte do público do Fantastic Fest (exceto aqueles que possuem a credencial vip e podem reservar os ingressos do dia seguinte antecipadamente), o envolvimento com o festival é bastante intenso. Os dias do evento são inteiramente dedicados a ele, começando já no início da manhã, momento no qual se forma a fila para retirada dos ingressos do dia. Como a maioria das pessoas efetivamente recebe seus ingressos apenas no final da manhã e as primeiras sessões ocorrem às 13 horas, muitos permanecem no próprio ambiente do festival durante todo o dia. As sessões ocorrem de maneira contínua, quase sempre no mesmo complexo cinematográfico e com intervalos de aproximadamente 30 minutos entre os filmes, de maneira que os espectadores que acompanharem todas as sessões apenas vão embora após a meia-noite, ou seja, passando o dia todo envolvidos com o evento.

No Fantaspoa, o envolvimento com as sessões é, por uma série de razões, inferior quando comparado com o Fantastic Fest. A primeira sessão do festival ocorre somente às 15 horas, os ingressos são comprados em geral com apenas meia hora de antecedência e a última sessão do dia, por sua vez, ocorre às 21 horas. Dessa forma, a rotina diária do evento termina por volta de 23 horas. No entanto, os frequentadores do Fantaspoa também relataram características que compõem o ritual de ir a uma sessão de cinema:

Entrar na fila, pegar a revista. Todas essas coisas. Vir aqui, ficar esperando abrir a bilheteria, comprar o ingresso, ficar posicionado de forma que tu consiga entrar pra sentar num lugar bom pra ver o filme, pra tentar não ficar na escada, ou correr o risco de ficar sentado no chão. (Simone e Igor – Fantaspoa)

É diferente quando tu vai num cinema de shopping que tu senta, assiste o filme e sai. Aqui não, aqui... parece que... parece que o conversar com as pessoas é um complemento, sabe? Claro, tem gente que não, que pega e vai embora, mas a maioria tu percebe que fica batendo papo, conversando. (Felipe – Fantaspoa)

Muitos dos títulos exibidos em festivais são inéditos e de pouco conhecimento prévio do público. Situação muito diferente do que ocorre em sessões comerciais, na quais os filmes são amplamente divulgados e conhecidos. Assim, a grande maioria das pessoas que vai assistir a uma sessão em um festival possui pouca – ou nenhuma – informação sobre os filmes. Ambos os festivais estudados priorizam em sua seleção filmes inéditos, alguns até premières mundiais. No caso do festival brasileiro, a maioria dos títulos exibidos não tem data de estreia para exibição comercial no país, não possuem críticas redigidas em português e na sua maioria estão tendo a sua primeira exibição em território nacional ou latino-americano.

Em um festival nós temos um ar de descoberta. O evento tem uma programação de filmes e você pode ter ouvido falar de 15 ou 20% deles. Mas tem sempre dezenas de filmes sobre os quais você não sabe nada. Você pode saber uma sinopse e pode conhecer os atores ou os trabalhos anteriores do diretor, mas ninguém viu esse filme, ou tão poucas pessoas viram, de maneira que você não sabe nada a respeito. Então, quando você assiste ao filme no festival, você está lá junto com outras pessoas que estão dispostas a descobrir a mesma coisa que você. Então tem muito companheirismo em uma sessão de festival que não ocorreria em uma sessão comercial qualquer, para a qual as pessoas simplesmente compram um ingresso e vão ao cinema, leram críticas e tem expectativas. Não existem expectativas na sessão do festival, o que a torna muito mais emocionante. (Brian Kelley – Fantastic Fest)

É, portanto, percebido pelos frequentadores de uma sessão em um festival de cinema uma “atmosfera” ou “aura” que diferencia esta experiência da participação em uma sessão comercial de cinema. Em parte, isso pode ser atribuído à presença

do diretor ou outra pessoa envolvida na produção da obra cinematográfica, ao envolvimento do público, ao fato de ser uma sessão que é parte integrante de um evento completo, ou ao conjunto de todas estas características, dentre outras. Respondentes do Fantaspoa e do *Fantastic Fest* abordaram de maneira semelhante a questão do ambiente diferenciado de um festival, mencionando que o mesmo pode inclusive melhorar a apreciação do filme assistido.

Quando eu entro numa sala eu tenho uma impressão de que a aura é outra. É um outro mundo, né? As pessoas que frequentam aqui são muito diferentes. (Wagner e Enzo – Fantaspoa)

Eu diria que a principal diferença são as pessoas que estão assistindo com você. Eu diria que é... a atmosfera. Existe uma excitação, não somente pelo filme, mas pela arte cinematográfica, então, quando você tem esta animação e este sentimento pelo filme, é uma atmosfera que, em geral, é completamente diferente. (Daiana e Daisy – Fantastic Fest)

Sabe, acho que é uma atmosfera diferente e eu acho que isso é muito importante. Tem muito entusiasmo aqui em qualquer sessão do festival, porque as pessoas estão realmente interessadas em ver os filmes. (Blake – Fantastic Fest)

Este é um tipo diferente de festival, porque ele melhora a maioria dos filmes, porque a energia na sala faz com que todos sintam um grande fervor. Quando você vai a um festival, principalmente no Fantastic Fest, todas as pessoas adoram filmes, principalmente este tipo de filme. Então, tem uma energia no público. É interessante. Tem alguns filmes que, quando você assiste sozinho, ou em uma sessão qualquer, não parecem tão bons como quando você assiste aqui. Assistindo aqui, eles são fantásticos. (Q – Fantastic Fest)

Apesar de pouco comentado pelos frequentadores do Fantaspoa, observou-se um grande envolvimento do público nas sessões. Este envolvimento contribui para que um ambiente favorável à apreciação dos filmes seja instaurado. Em geral, há silêncio durante o filme e poucos são os espectadores que abandonam a sala antes do final da sessão. Nota-se um comprometimento com a exibição do filme e um respeito não só pela obra em si, mas também pelos demais espectadores. Embora o caráter de entretenimento esteja presente, existe o entendimento de que o

momento também exige concentração. Além disso, tem-se a participação ativa dos espectadores nos debates ao final de determinados filmes. Percebe-se que grande parte do público permanece nas salas e está atento ao que é dito. Muitas perguntas e comentários são feitos e muitos destes debates somente são encerrados pelo início de uma nova sessão ou pelo fechamento do cinema.

Acho que, talvez, o público de modo geral. Aqui da pra ver que é um público mais homogêneo, assim. Pessoal que tende a gostar desse tipo de filme. Eu lembro de ver vários rostos familiares, que são pessoas que geralmente frequentam. (Roberto – Fantaspoa)

Uma delas é, eu acho que o envolvimento do público é muito mais... é... o público é muito mais comprometido com os filmes, porque as pessoas parecem que querem muito ver esses filmes, e respeitam a sessão em si, não tem muito barulho... (João – Fantaspoa)

Ah... pega por exemplo a sessão do Re-Animator, que o Stuart Gordon (o diretor) esteve presente... cara... aquilo foi impressionante, assim. Realmente de as pessoas estarem falando os diálogos junto com o filme, ou quando apareceu uma cena marcante do filme as pessoas aplaudirem, em cena aberta... Então eles participam mais, assim. (Cristian – Fantaspoa)

Enquanto nas entrevistas do Fantaspoa foram feitas apenas três menções por partes dos respondentes com relação a uma sessão do festival ser diferente devido ao público frequentador, no Fantastic Fest este número é significativamente maior. Um total de dezessete respondentes comentou sobre as particularidades do público presente. Tamanha relevância deste assunto pode ser explicada pelo fato das pessoas no festival texano já se conhecerem e frequentarem este mesmo cinema ao longo de todo o ano e não somente no festival, ou, ainda, pelo fato de haver uma maior repetição dos mesmos espectadores em diversas sessões, tendo em vista que o ingresso é vendido como uma credencial.

Diversos argumentos foram elencados para explicar o comportamento do público durante as sessões dos festivais de cinema. Foi mencionado, por exemplo, que, em uma sessão comercial regular, muitas das pessoas presentes foram à sessão por motivos alheios às características do filme em si: por um encontro amoroso, para satisfazer seus filhos, para passear com os pais, ou para aproveitar um intervalo de tempo em um passeio ao shopping. Ou seja, em muitos casos, a

sessão de cinema é meramente um pretexto e, sendo assim, o filme em exibição perde sua importância. Assim, comportamentos raros em festivais de cinema, tais como conversas na plateia ou troca de mensagens de textos via celular, são comuns em cinemas comerciais. Por outro lado, nas sessões do festival foi percebido um envolvimento intenso dos participantes com os filmes exibidos. A plateia demonstra interesse pelo enredo e pelos personagens, eventualmente até reage em determinados momentos da sessão, seja por meio de exclamações, palmas ou risadas. Alguns respondentes percebem este envolvimento da plateia, tendo sido mencionado inclusive que, às vezes, as reações do público são mais interessantes do que o filme em si.

Além disso, as sessões do festival permitem o contato com outros espectadores com um gosto semelhante, apreciadores de uma cultura alternativa, de filmes de horror e que tendem a possuir similaridades de consumo. Ou seja, o festival, além de propiciar a apreciação de filmes, possibilita também a interação social entre seus participantes. E, por sua vez, esta interação fortalece o interesse e a fidelidade do público, uma vez que o evento não é frequentado apenas pelas obras cinematográficas em exibição, mas também por permitir o encontro de indivíduos para os quais a paixão pelo cinema é uma característica em comum.

O público do festival possui familiaridade com o cinema em geral e com as especificidades do gênero fantástico. Então, este público diferenciado pode ser considerado conhecedor do tema e suas reações aos filmes tendem a acrescentar emoção e sentido à experiência de assistir ao filme. Os espectadores do festival têm mais respeito pelos filmes e pelos cineastas e tendem a refletir de forma mais aprofundada sobre os filmes. Eles também valorizam as sessões do festival, reconhecendo estas como oportunidades únicas para apreciar um determinado filme no cinema. Além disso, o público do festival é mais receptivo aos diferentes filmes, sejam eles filmes novos, diferentes ou obscuros.

Além dos motivos apresentados acima, foram selecionados outros quatro depoimentos sobre a influência do público do festival nas exibições de filmes:

Uma exibição em um festival de cinema é muito melhor porque você sabe que as pessoas que estão com você amam cinema. São pessoas que gastaram bastante dinheiro para se sentar em uma sala escura durante 100 horas em 8 dias de férias em uma cidade linda, com um clima ótimo. Então, você sabe que eles estão entregues a esta experiência. Então, você não vê as pessoas mandando mensagem de texto no celular, as pessoas não

falam durante os filmes. É uma atmosfera cheia de respeito. Mas ao mesmo tempo você sabe que também está entre pessoas que vão aplaudir de pé, gritando e comemorando ao final do filme. São pessoas que realmente sabem apreciar esta arte mais do que o público em geral. (Trevor – Fantastic Fest)

Uma exibição em um festival de cinema... lá pelo terceiro ou quarto dia, todo mundo está bem cansado. Todo mundo está bêbado da noite anterior... é o mesmo público, e isso eu acho que é a coisa mais interessante. Quando você vai ver um filme, você pode não saber quem estará lá, mas principalmente neste festival, realmente parece que você está assistindo a filmes com todos os seus amigos. É quase como assistir filmes em casa, mas em uma tela gigante e no Alamo Drafthouse, que é, sem dúvida, o melhor cinema do mundo inteiro, no qual você pode pedir comida e bebida durante o filme e realmente apreciar a experiência de ir ao cinema com fãs que adoram isso tanto quanto você. Então, é isso: é um monte de gente tem uma experiência compartilhada diferente de qualquer outra. (Luke – Fantastic Fest)

Definitivamente é uma experiência mais comunal... quando você vai a uma exibição no festival de cinema, você tem certeza que as pessoas que estão lá são tão apaixonadas e apoiam o cinema tanto quanto você. Isso torna a experiência comunal e você se sente como se estivesse assistindo a um filme em uma sala cheia de amigos, ao invés de uma sala cheia de pessoas estranhas. Mesmo que você não as conheça, é assim que você se sente. (Brian Kelley – Fantastic Fest)

O público. O público é a principal diferença. Quando você vai a uma sessão regular você se depara com um público muito tendencioso. Eles podem não entender nada e não saber que o filme tem a imagem que tem porque eles tiveram que trabalhar com determinado orçamento. Eles não entendem que são diretores estreantes e por isso eles são muito críticos. E aí as pessoas saem do cinema no meio do filme, reclamam, você lê críticas ruins... ou você vê que estão escrevendo críticas boas sobre determinado filme e as pessoas se apaixonam por ele e acaba virando um “cult hit”... Para mim, acho que é daí que vem esse termo... é o público mediano que gosta destes filmes. E no festival, vemos filmes que são realmente feitos para o público que está presente aqui. Este público vive destes filmes. Eles são o sangue que pulsa nas nossas veias. (Tyler – Fantastic Fest)

6.5 SOBRE OS FILMES

Como mencionado anteriormente, o principal motivador para a frequência dos espectadores nos festivais de cinema são os filmes em si. Portanto, este capítulo visa abordar o que os espectadores de ambos os eventos consideram relevante sobre estes filmes. Ao falarem sobre a importância dos filmes exibidos e o que eles agregam como experiência, uma série de características foi mencionada pelos respondentes de ambos os festivais.

6.5.1 Na visão dos respondentes do Fantaspoa

Os respondentes abordaram a questão da curadoria, mencionando que o festival possui uma seleção de filmes bem elaborada, que leva em consideração as preferências do seu público e que possui alto grau de aceitação. Foi inclusive destacado o fato da curadoria do evento escolher filmes com similaridades, ainda que feitos em países diferentes, épocas diferentes ou com orçamentos diferentes. Haveria, portanto, uma unidade na programação, característica que diferenciaria o festival do cinema convencional. A seleção e apreciação dos filmes são mencionadas nos depoimentos abaixo.

O bom do Fantaspoa é que eles fazem uma seleção bem rigorosa de filmes... Então você com certeza vai ter tipo... bons filmes daquele ano de cinema fantástico. (Armando e Raphael – Fantaspoa)

Agora você vê, por exemplo, o seguinte: quantos filmes são vaiados no Festival de Gramado e em outros Festivais? Muitos. Muitos. Você viu um filme ser vaiado no Fantaspoa? Nenhum. Um que outro não aplaudiram, mas ficaram quietos, entendeu? Ou porque acharam que ultrapassou uns limites que imaginavam que podiam ser colocados, né? Ou que não... Ou que acharam defeitos no filme, né? ... Mas em outros foram aplausos maiores. (Décio – Fantaspoa)

Várias características dos filmes em si foram abordadas. Foi mencionado que a equipe criadora dos filmes selecionados (diretores, roteiristas e produtores) é, em geral, mais ousada e se expressa através dos filmes de maneira original – ainda que haja riscos de rejeição do público à obra cinematográfica – e frequentemente supera barreiras orçamentárias com inovação. Diferentemente dos filmes lançados comercialmente, não existem recomendações do estúdio a serem obedecidas. Então, elementos frequentemente proibidos, como, por exemplo, a violência e o sexo podem ser exibidos e podem extrapolar os limites aceitáveis, até mesmo de forma artística. Além disso, não há restrições para a criatividade dos cineastas, fazendo com que os filmes exibidos tenham conteúdo artístico elevado. Tais filmes conseqüentemente tornam-se diferentes dos regularmente exibidos, às vezes até menos populares dada uma eventual abordagem complexa ou uma temática polêmica. No entanto, também foi mencionado pelos respondentes que, por outro lado, tais filmes tornam-se memoráveis aos espectadores, ampliando seu conhecimento sobre cinema e incentivando-os a procurar por filmes diferenciados também fora do festival.

Outro tópico relevante abordado se refere ao que é experienciado pelo espectador através dos personagens dos filmes, conforme depoimentos a seguir.

Tem gente que procura uma catarse no filme. De tu ver a violência, ali. Tu extravasar o que tu está sentindo. Eu até acho que tem a ver com os anos 50 esse lance do... do pós-apocalíptico, e que o filme de Zumbi que é o gênero de terror que eu mais curto, que ele tem isso do pós-apocalíptico, sabe? (Marcelo – Fantaspoa)

É, eu acho que os filmes mexem com o psicológico das pessoas. Meio que desafia. Tipo “A Serbian Film”, ano passado, que é um filme bem pesado. Acho que a proposta do filme é chocar as pessoas, tem muitas cenas de violência, horror gráfico e sexual também. Ano passado, com propósitos de Bondage, Sadomasoquismo. É uma coisa diferente, que choca, que chama atenção, que desafia. Tu te pergunta “tu vai ter estômago pra assistir isso aqui?”. (Thael – Fantaspoa)

6.5.2 Na visão dos respondentes do Fantastic Fest

Assim como no caso do fantasma, foi abordada a questão do festival expandir os conhecimentos do espectador. Pois, apesar de um número expressivo dos filmes serem de um mesmo gênero, os filmes são procedentes de inúmeros países, fato que favorece a diversidade e a originalidade. Essa questão é exemplificada pelo depoimento a seguir:

Os filmes que passam aqui são assim... Se você já esteve em San Sebastian e comeu as Tapas lá, você entende. É algo muito complexo. Existe tanto sabor em algo tão pequeno. É algo muito intenso e os filmes no Fantastic Fest são assim. Como a tapa "Pinch Toast – 1.43", é algo que explode na sua boca. E não tem nada assim... Na verdade, depois do festival, em todos os anos, eu não consigo parar! Eu percebo que logo estou em casa vendo os filmes mais loucos e diferentes possíveis... Essa é a minha maneira de relaxar depois do festival.

(Devan – Fantastic Fest)

Também foi abordada a opção do festival por legendar ao invés de dublar os filmes selecionados. A legendagem é entendida como positiva, pois permite que as emoções dos personagens sejam percebidas no idioma em que foram originalmente gravadas. Isso provavelmente é destacado pelo público do Fantastic Fest pelo fato dos filmes estrangeiros serem mais frequentemente lançados dublados nos Estados Unidos ou até mesmo pelo fato de haver um menor número de filmes distribuídos comercialmente neste país que não possuam o inglês como língua oficial.

A qualidade dos filmes foi descrita como essencial para que se mantenha o nível diferenciado do festival. Inclusive, foi mencionado pelos respondentes que tal qualidade independe do orçamento, pois os realizadores se dedicam arduamente aos projetos, investindo muitos esforços para finalizar seus filmes. Outra questão comentada é o fato do festival poder servir de inspiração para cineastas estreantes, principalmente devido à originalidade inerente aos filmes apresentados.

Em geral, a programação do festival foi descrita como bastante ampla, pois o espectador pode optar não só por filmes de gênero fantástico, mas também por filmes de artes marciais ou animação, dentre outras categorias. Assim, a grande quantidade e a diversidade dos filmes exibidos oferecem variedade ao espectador, o qual tem liberdade para selecionar as obras do seu interesse.

Ao falarem sobre o conteúdo dos filmes e as questões psicológicas envolvidas, os respondentes mencionaram tópicos semelhantes aos mencionados

pelos respondentes do Fantaspoa:

Eu acho que as pessoas gostam destes filmes de gênero porque eles são mais escapistas do que os demais gêneros. Eu, pessoalmente, adoro drama, mas eu gosto muito do fato de que eu posso escapar em um filme onde as regras da realidade não necessariamente se aplicam. Através dos filmes de gênero, você pode deixar a fantasia voar solta. Eles realmente quebram o limite do que pode e não pode ser mostrado. Então, se você gosta de hiperviolência, se você gosta de sci-fi, de cinema de animação, é de filmes de gênero que você precisa. Eles tratam mais diretamente sobre o assunto. Eles têm mais conteúdo. Os filmes tipicamente americanos atualmente são mais sobre os relacionamentos que o ator e a atriz tem fora da tela... e como isso se aplica aos filmes. Então, eu acho que os filmes de gênero ainda vão ter certa dificuldade para encontrar seu público. (Q – Fantastic Fest)

Estes filmes são as fábulas de Esopo da atualidade. Principalmente os independentes, eles são muito realistas. Em geral são sobre uma pessoa qualquer que está vivendo uma situação horrível. Então, eu acho que, algumas vezes, quando você está tendo um dia difícil, você pode pensar: bem, eu não estou matando um zumbi, ou tendo que sair de uma caverna com monstros, então eu estou bem... (Diana e Daisy – Fantastic Fest)

8.6O FESTIVAL ENQUANTO EXPERIÊNCIA

Um festival de cinema também se caracteriza como uma experiência de consumo, conforme o conceito abordado anteriormente na revisão teórica do presente estudo. Esta experiência é concebida pelos organizadores dos eventos estudados, seguindo diversos dos preceitos abordados no capítulo 10 desta tese (o consumo de experiências).

6.6.1 Fantastic Fest

Três respondentes do *Fantastic Fest* afirmam haver grande empenho dos

organizadores para qualificar o festival como experiência, criando, em consequência, o desejo nos frequentadores de retornar ao evento ano após ano. Também foi feita menção ao fato de eles serem pessoas obstinadas, de fazerem bom uso dos seus contatos junto à indústria cinematográfica e de se esforçarem para defender o tipo de cinema que acreditam que deva estar em exibição. Um respondente mencionou que são obras que não são exibidas em nenhum outro festival de cinema do mundo – e, nas palavras dos respondentes, são filmes feitos com paixão, ao invés de serem pretensiosos.

Esta experiência não se restringe à seleção de filmes, sendo composta também pelos eventos paralelos, como, por exemplo, festas, peças de teatros e karaokê com banda. Ao falar sobre a criatividade do diretor do festival na criação destes eventos, um dos respondentes menciona:

É apenas uma daquelas coisas que as pessoas olhariam e diriam: “seria divertido se alguém fizesse isso” e Tim pensa “não, nós podemos fazer isso, sabe? Não há razão para não fazer isso. Se vai ser uma experiência legal, porque não fazer?” (Luke – Fantastic Fest)

Os eventos são tão envolventes e divertidos para os espectadores, que além de diversas comparações com a Disneylândia ou com o feriado de natal, dois respondentes também afirmaram que o festival tornou-se seu período de férias anual. O impacto desta experiência para um espectador que vai ao festival pela primeira vez foi abordado por um dos entrevistados:

Tem algumas pessoas que estão vindo neste festival pela primeira vez. E, honestamente, eu mataria para ter a experiência delas em um festival como este, porque tantos destes filmes vêm até você de uma direção absurda ou obtusa, e eles não tomam cuidado, pelo contrário, pegam pesado. Em algumas das edições anteriores, se eu não fosse um espectador bem versado, eu teria ficado chocado e ofendido e sairia daqui perturbado, mas eu adoraria ter uma destas experiências, como alguém que vem ao festival pela primeira vez. Você entende o que eu digo? (Caleb – Fantastic Fest)

Em outro depoimento é reforçado o envolvimento dos espectadores, uma vez que a respondente compara seu interesse com cinema à devoção a uma religião:

“Algumas pessoas vão à igreja, outras fazem parte de uma escola e trabalham em suas comunidades. Esta é a nossa. O cinema é como se fosse a nossa igreja. Você não conversa quando o show começa, você fica

em silêncio”. (Diana e Daisy – Fantastic Fest).

Outros dois tópicos relacionados com o impacto da experiência do festival foram abordados pelos respondentes. Primeiramente, o fato do festival contribuir para o aumento em quantidade e qualidade do repertório cinematográfico dos espectadores. Além disso, foi citada a influência exercida pela programação do festival para futuros projetos de um espectador que trabalha com artes visuais:

Eu acho que, basicamente, cria um depósito de memórias que... você passa a semana consumindo estes filmes e qualquer impacto que eles tenham agora, vai continuar sendo sentido pelo resto do ano... Então, ano que vem, estas memórias serão lembradas com carinho. Então eu acho que o festival oferece para as pessoas este depósito de memórias, para o qual podemos olhar e encontrar valor. (Josh – Fantastic Fest)

Cada filme que eu assisto vai acabar fazendo parte dos meus desenhos. Para mim, especificamente, é algo muito pessoal, porque isso provavelmente vai afetar diretamente o que eu faço. Não sei se outras pessoas, digamos que você trabalhe no mercado financeiro, ou algo assim, pode não afetar diretamente as suas decisões. Mas, cara, isso vai mudar diretamente o que eu desenho no meu dia a dia... (Lee – Fantastic Fest)

Oito respondentes do Fantastic Fest abordaram o tópico da “experiência coletiva”, afirmando ser esta uma característica exclusiva deste festival. A experiência coletiva vai além da apreciação dos filmes *per se*, incorpora também o grau de afinidade entre os espectadores, favorecido pelo fato do interesse comum pelo cinema e pelo próprio festival. Assim, tal experiência é percebida como um momento especial e repleto de significado. Um dos entrevistados fez uma analogia entre a experiência única de uma sessão de cinema no festival e o teatro:

Isso se trata da criação de uma comunidade no cinema. Todos estão tendo uma experiência ao mesmo tempo, no mesmo local, uma experiência que nunca poderá ser reproduzida. Cada público tem uma reação única. Você entende? Saímos de lá coletivamente. Tendo dividido uma experiência coletiva. E você não consegue isso quando você assiste a um DVD em casa com sua namorada ou com qualquer outra pessoa. E eu acho que isso é essencial. Acho que isso é uma parte crítica do que significa ser humano: estar junto com um grupo e dividir experiências em tempo real. Então, para mim, é isso que é o mais importante na experiência do festival. Não apenas a celebração da realização cinematográfica, dos filmes, dos cineastas, dos

atores ou do que quer que seja, mas uma celebração do público e da experiência compartilhada. (Jason – Fantastic Fest)

Além disso, a experiência coletiva, segundo os entrevistados, também se refere à sinergia entre aqueles que assistem concomitantemente a um filme no festival e às suas emoções e reações durante o filme, tais como medo, tensão, risos e aplausos. Segundo os respondentes, estes sentimentos compartilhados qualificam a experiência audiovisual e criam uma memória afetiva do evento.

Não há nada que possa ser comparado a isso. Absolutamente nada. A coisa que eu mais adoro é que você está em um cinema, neste caso, no Alamo South Lamar, com 200 pessoas e, então, tem um momento no filme no qual vocês ficam em silêncio absoluto ou começam a aplaudir ou a gargalhar. Neste momento, você sente que está experienciando o filme da maneira que os cineastas pretendiam. Os cineastas fazem filmes para que eles sejam exibidos em cinemas lotados para as pessoas apreciarem e se apaixonarem pelo seu trabalho. Não há nada que se compare a isso. (Jason White – Fantastic Fest)

E eu acho que no cinema de gênero isso é ainda mais forte. A experiência compartilhada das pessoas tensas quando acontece alguma morte louca ou em uma sequência de lutas surpreendentes e todos tem uma reação semelhante. Você não terá isso em nenhum outro local. Talvez seja apenas aqui no Fantastic Fest, pela maneira que as coisas são produzidas. (Tony – Fantastic Fest)

6.6.2 Fantaspoa

Diversos e variados foram os comentários a respeito da experiência de consumo do Fantaspoa. Houve menções quanto ao festival oferecer uma experiência única, ou seja, que não seria proporcionada por outro evento, e ao fato dele ter se estabelecido como um dos mais importantes eventos culturais de Porto Alegre. Para alguns respondentes, o número de aficcionados pelo festival deveria ser maior, dada sua relevância e o fato ser o único festival de cinema fantástico do sul do Brasil.

A ida ao festival é descrita como um momento propício para relaxar e apreciar

a arte cinematográfica. Um entrevistado comentou que a experiência de assistir filmes de gênero leva à uma fuga da realidade, permitindo posteriormente o retorno à rotina. Também foram feitos comentários a respeito da experiência do cinema em geral:

Bah, o som dessa sala é demais! Então a experiência do cinema... do ... do ... eu acho que o festival ele... bah, cara, ele traz alimento pra quem tá com fome, mesmo. É o tipo de cinema que eu acho que também ... porque é um cinema muito intenso, que extrapola um pouco a linguagem, e ele merece uma tela grande, ele merece um som bom. (Simone e Igor – Fantaspoa)

A experiência do festival atende também a um desejo nostálgico dos espectadores pelo consumo de filmes de horror no cinema, mais frequentes durante as décadas de 70 e 80. Este sentimento é incentivado também pelo fato do festival ter em sua programação anual uma mostra retrospectiva de filmes de gênero com a presença de convidados que participaram da realização de tais filmes. Durante estas sessões, observa-se a intensa devoção de alguns frequentadores do festival pelo cinema fantástico. Apesar de serem filmes em sua maioria facilmente encontrados em outras mídias e da maioria dos fãs já terem assistido a eles, ainda assim diversas destas sessões são realizadas com sua lotação esgotada. Além disso, muitos levam ao cinema filmes em VHS, cartazes, livros e outros materiais sobre os filmes para serem autografados pelos convidados.

Se criou uma mitologia em torno disso, dos anos 70 e anos 80, dessa variedade de cinema de horror, que tu via muito - toda semana tinha filme novo ou na locadora ou no cinema. Então o moleque de 20 e poucos anos, o adolescente, ele está vivendo uma nostalgia do que ele não viveu. De coisas que eles não viveram. De coisas que eles ouviram falar. Então ele vê no Fantaspoa uma forma de concretizar isso. (André – Fantaspoa)

Acho que uma grande parcela dos espectadores busca atender uma certa nostalgia assim, de ver filme trash, de horror, de fantasia no cinema... Essa nostalgia de ver, por exemplo... O Mestre dos Brinquedos que é um filme que eu via muito 10 anos atrás. (Wagner e Enzo – Fantaspoa)

Quatro respondentes definiram o festival como uma experiência coletiva, explicando que os espectadores compartilham o momento no qual estão assistindo a um filme do festival, em um ambiente onde ocorre uma interação que transcende à

experiência de ser um mero receptor do conteúdo exibido na tela. Ao falar da experiência coletiva, também foi abordado o fato da plateia ser composta por espectadores conhecedores do gênero fantástico e que, conseqüentemente, têm facilidade para identificar as referências dos diretores, podendo assim gerar uma unidade entre os espectadores.

Cabe ressaltar que o desejo por essa experiência coletiva existe, mesmo quando o filme já foi assistido, como na citação abaixo:

Poder estar em contato com outros fãs. Isso pra mim é o mais importante. Tem filmes que eu já tinha assistido, mas eu fui ver no festival mesmo assim... Porque eu gosto da experiência coletiva. (Cristian – Fantaspoa)

A experiência do festival é percebida como de maior relevância do que uma ida regular ao cinema, conforme comentário de um dos respondentes:

Isso se deve às sessões comentadas, aos diretores homenageados que eles trazem, tu vê que é uma coisa... Tu não estás só vendo um filme, tu estás participando de um evento, e não tô dizendo do Fantaspoa, mas do Cinema mesmo. Tu está participando do filme, de certa forma. É outra coisa. (Marcelo – Fantaspoa)

Os respondentes também destacaram o impacto dessa experiência. Foi mencionado que existe maior interesse pela programação do festival do que pela programação oferecida em um cinema convencional, porque os filmes do Fantaspoa causam uma impressão intensa e duradoura em seus espectadores, podendo inclusive despertar um sentimento de crescimento pessoal e intelectual devido ao filme.

Mas tem filme que realmente te transforma... Tu vê o mundo com outros olhos depois de ver aquele filme. Então não vou dizer “mudou a vida do cara”, mas de certa forma têm coisas que tu antes não sabia e a partir dali se tornaram importantes. (Marcelo – Fantaspoa)

6.7 OS ESPECTADORES DOS EVENTOS

Este capítulo tem o objetivo de apresentar os espectadores dos dois eventos estudados e, portanto, serão analisados de maneira independente.

6.7.1 Fantaspoa

Os respondentes comentaram sobre as motivações dos espectadores que participam do evento, assim como caracterizaram o público quanto à faixa etária, aos interesses, à profissão, às vestimentas e ao estilo em geral.

A temática da faixa etária dos espectadores foi abordada por cinco respondentes. Os dois respondentes mais idosos (com idade superior a 50 anos) consideram que a maior parte do público (e também dos cineastas presentes) é composta por pessoas mais jovens do que eles. Já outros três respondentes (que estão na faixa etária de 20 a 40 anos) caracterizaram a idade do público como bastante variada, entre 12 e 80 anos de idade. Estima-se que a maioria do público do festival tem entre 20 e 40 anos.

Foi mencionado por diversos respondentes que o público do festival é fiel ao evento, exigente quanto à qualidade das obras cinematográficas, aberto a inovações e interessado em conhecer um cinema diferenciado. Nota-se que o perfil de público descrito é diferente do espectador usual de cinema, que geralmente está mais interessado no cinema como forma de entretenimento e lazer. A questão do interesse comum aos espectadores foi mencionada por dez respondentes. Esse interesse está focado em diferentes objetos: na temática dos filmes do festival, no fato deles serem inéditos, no evento em si, ou na arte cinematográfica como um todo. Os depoimentos selecionados abaixo expressam tal interesse.

Assim, primeiro que o público é completamente diferente. Pelo fato de ser um público focado, até mais interessado, você encontra um ambiente na sala de exibição com mais respeito ao outro. Porque numa sala de exibição de... um... blockbuster, né... Você vai e você não consegue ver o filme, por que tem gente levantando, gente assoviando, gente gritando, e aqui não aparece isso. (Juliana – Fantaspoa)

Em primeiro lugar é um público engajado. Em grande parte é engajado. Não precisa fazer apostolado de gênero pra eles. Outra coisa, não teve... alguns a gente sentia que tava lá só pra ver, mas determinados grupos, podia dizer bem, estavam ali realmente firmes, convictos e foram lá para ver novidades e o crescimento de gêneros que eles gostam tanto. (Décio – Fantaspoa)

Acho que é uma galera diferente entre si, mas se tu juntar uma fila do Fantaspoa ela não é uma fila de cinema nenhum. Eu acho que as pessoas são diferentes entre si, mas eu acho que elas têm uma unidade nessa diferença. Essa aqui é uma “fauna” bem específica do cinema alternativo. (Simone – Fantaspoa)

A diversidade do público do festival quando comparada à uma sessão de cinema convencional é claramente perceptível para os respondentes. O público foi caracterizado pelos respondentes através dos adjetivos “cult”, “alternativo”, “cinéfilo” e “fanático”. Os trechos abaixo evidenciam estas opiniões:

Normalmente são pessoas de um nível intelectual mais elevado. São pessoas que têm acesso à literatura, não só de ficção, de horror, mas de literatura em geral. Pessoas que têm acesso a blogs de cultura, de cinema, de literatura. Então, é um... Vamos dizer um lugar bem frequentado, mas não... de nível social. De nível intelectual. (Carol – Fantaspoa)

Acho que existem vários tipos de espectadores. O cara que realmente é cinéfilo, que vai ver, que assiste, que não tem preconceito com nenhum tipo de gênero, e ele vai lá pela curiosidade, ou querendo ver algo diferente. Vai pra apreciar o filme mesmo. Tem os desavisados, que vão pela onda, pelo... evento, mas não necessariamente pelo filme... E os fãs. Realmente que é o fã de horror, mesmo. Que vai lá pra se divertir, ou pra ter uma experiência mais radical. (Cristian – Fantaspoa)

Então tu pode pegar vários públicos, um público que gosta de música, um público que gosta de videogame, um público que gosta de quadrinhos - todos eles podem vir a um festival de cinema fantástico, que é diferente, por exemplo, de um cinema de shopping. (Felipe – Fantaspoa)

A profissão dos espectadores foi abordada por três respondentes. Eles mencionaram que a maioria dos frequentadores possui formação ou trabalha na área do cinema, na área das artes em geral, ou na área da comunicação (publicidade e jornalismo).

Outra característica abordada por seis respondentes foi o estilo visual (corte de cabelo, maquiagem e vestimenta) dos espectadores. Os entrevistados percebem que há uma predileção dos espectadores por roupas pretas ou com cortes modernos, camisetas de bandas de Rock, por cortes de cabelo não convencionais e

pelo uso de maquiagem:

Acho que também é um público diferente. Você vê que é um público que se identifica pela roupa e pelo perfil das pessoas. É uma galera que tem ligação com o horror em outras áreas também. Vi muita gente com camiseta de rock, de bandas como Misfits e outras bandas de metal, que é um outro nicho. (Bruno – Fantaspoa)

As vezes até a forma de se vestir... A gente vê muita gente de preto, e tudo, com corte de cabelo diferente... Tu vê que se fala muito de “Emo” e tu até vê um perfil de emo que vai, sabe? Pessoa mais jovem, com o olho pintado de preto, vestido de preto, cabelo alisado. (André – Fantaspoa)

6.7.2 Fantastic Fest

Os respondentes do *Fantastic Fest*, assim como os do Fantaspoa, comentaram sobre as características gerais dos espectadores. Além disso, abordaram questões comportamentais, tais como a participação e a receptividade ao evento e também a adoração pelo cinema.

Oito respondentes descreveram o público frequentador do evento. Dois destes destacaram o público como elemento diferenciador deste festival com outros festivais de cinema, pois este público demonstra grande interesse pelos filmes e grande apreço pela arte cinematográfica, ao invés de considerar o cinema como um mero passatempo.

Há também um reconhecimento entre os espectadores, já que muitos destes concentram-se somente no ato de assistir aos filmes e participar das demais atividades do festival durante uma semana inteira. Foi comentado que o festival seria planejado para um perfil de público composto principalmente por pessoas que podem ser consideradas nerds ou geeks e que dedicam parte grande do seu tempo à ficção científica (seja no cinema ou na literatura), às revistas em quadrinhos e à música rock e filmes de gênero. Percebe-se uma forte tendência nestes indivíduos em dedicar-se com afinco às atividades de seu interesse. Uma vez que o festival proporciona a possibilidade de assistir a filmes que lhes agradam, eles retribuem, envolvendo-se intensamente com a programação do festival.

Os tipos de pessoas que participam do festival, seus interesses e a interação entre eles está exemplificada nos excertos abaixo.

Bem... é difícil dar uma resposta precisa, porque tantas pessoas vêm aqui por tantos motivos. Sabe? Tem gente que vem porque gosta de ver filmes sanguinolentos, outros querem ser desafiados e provocados, Outros só querem entrar em um transe visual. As motivações são diversas. (Kevin – Fantastic Fest)

Têm diferentes tipos de pessoas que vem assistir aos filmes. Têm os tipos intelectuais e têm outros tipos. Tem um certo número de pessoas que é meio nerds que desenvolveu uma maneira diferenciada de apreciar o cinema que não é aquela maneira clichê. Eu acho que se a gente fosse dividir em percentuais, eu diria que 80% do público espectador é composto pelos nerds cinéfilos assumidos, que tem background suficiente para entender e apreciar as coisas de maneira ampla. E eles realmente ficam imersos nas coisas boas do festival. E tem talvez uns 15% de pessoas daqui, que estão animadas pelo festival em geral, ou por ser um evento da cidade. (Lars e Zack – Fantastic Fest)

Outro ponto relevante quanto aos espectadores foi o nível de envolvimento. É perceptível – além de também ter sido mencionado – que se trata de uma plateia receptiva, interessada e participativa. Um respondente inclusive mencionou que assistir aos filmes no festival seria equivalente a assistir ao seu time em uma partida de campeonato, gerando uma experiência que é descrita como mais complexa e enriquecedora. A participação foi mencionada, assim como a energia e o entusiasmo do ambiente da sala de cinema. Houve referências ao fato do público gritar e aplaudir em cenas específicas como forma de celebrar o que está em exibição. A interação do público com o filme cria um experiência única para o espectador, uma vez que este se encontra em um evento onde os outros participantes compartilham interesses e opiniões similares à sua. Assim, pode-se dizer que o espectador é atraído pelo festival também pelo sentimento de pertencer a um grupo.

Mesmo quando o público não gosta do filme, há respeito pelo que está sendo exibido e as reações do público foram descritas como até mais interessantes do que o filme em si, quer seja pelas reações durante a exibição, quer seja pelos comentários e discussões posteriores.

Todos estão aqui para apreciar o filme. Aqui todos estão curtindo, mesmo se não é um filme tão bom, as pessoas continuam focadas e apreciando. O

que é bom, se torna melhor e o que é ruim, se torna pior. Então, todos estão quietos e concentrados e prontos para a ação. Portanto, se acontece algo excitante em um filme, todos aproveitam mais. O público aqui é ótimo. Ele é cheio de entusiasmo. É como se as pessoas se dedicassem mais aos filmes. (Lee – Fantastic Fest)

São as pessoas que fazem o festival. Sabe, não é apenas o festival que traz as pessoas aqui. Se as pessoas não viessem ao festival, ele não iria evoluir. Então, por causa desse entusiasmo que se renova anualmente é que ele se torna cada vez maior e cada vez mais excitante. (Chris – Fantastic Fest)

Eu acho que [a diferença está no] nível de respeito. Porque se as pessoas estão vindo aqui de todas as partes do mundo, se estão utilizando as suas férias para ficarem completamente imersas nisso, deve ser porque elas realmente amam isso. Elas não estão apenas vindo do nada. Muitas pessoas têm dificuldade para vir e estão pagando muito para estar aqui, então têm muitas pessoas aqui que chegam com um alto nível de respeito pelos diretores, pelos atores e pelos produtores, sabe? Pelos filmes em geral. Parece que as pessoas são muito mais comprometidas do que alguém que resolve ir assistir um filme no sábado à tarde, sabe? É muito mais trabalho. (Tara – Fantastic Fest)

Além da participação, receptividade e interesse acima mencionados, a característica que mais diferencia os espectadores do *Fantastic Fest* e os espectadores do Fantaspoa é a questão da intensa adoração pelos filmes, apontada por cinco respondentes. Um deles afirmou que os frequentadores do festival interessam-se por filmes novos, diferentes, excitantes e obscuros que dificilmente poderiam ser assistidos em outra oportunidade, senão no festival. Tamanha exclusividade evoca um sentimento obsessivo, beirando uma necessidade, pela apreciação dos filmes deste festival. Através da observação participante, percebeu-se a decepção de alguns espectadores ao não conseguir ingressos para determinadas exhibições, pois eles tinham consciência do quão rara era esta ocasião.

Foi mencionado que diversas pessoas comparecem ao festival devido a sua devoção por filmes de gênero ou por cinema em geral. Na visão de diversos respondentes, não é suficiente apenas ir eventualmente e participar de maneira tímida do evento. É necessário estar lá todos os dias e se comprometer com a experiência do festival.

Os depoimentos abaixo exemplificam esta devoção e o significado destes filmes para os espectadores:

As pessoas estão aqui para se divertir e curtir o momento e o público quer reagir aos filmes. Na verdade, ele quer se apaixonar pelos filmes. Sério, é isso mesmo. É para isso que nós estamos aqui. Para nos apaixonarmos por novos filmes. Todos os anos, as pessoas aqui fazem a sua lista dos 10 ou 25 melhores filmes do ano e sempre metade dos filmes da minha lista vieram deste festival. (Caleb – Fantastic Fest)

A única regra para ser aceito na comunidade do Fantastic Fest é amar o cinema. É ser um cinéfilo. Não há pretensão, não há status, não há hierarquia. Se você ama cinema, você fará amigos aqui no Fantastic Fest. Todos os amigos que eu fiz aqui em Austin, do meu círculo de amigos que se expande constantemente, eu conheci no Fantastic Fest... É impressionante ver quantas amizades podem ser cultivadas quando você junta pessoas que dividem uma mesma paixão. E ter um ambiente no qual não há diferença entre uma pessoa qualquer, assim como eu, e o diretor dos filmes do festival é demais, porque ambos somos pessoas que adoram filmes. (Brian Kelley – Fantastic Fest)

É importante ressaltar que muitas das características acima, sejam as características físicas, ou mesmo as comportamentais são específicas do público frequentador destes dois eventos, tendo como similaridade, a temática fantástica. Se este estudo fosse realizado acerca de outros eventos, realizados nos Estados Unidos e no Brasil (Sundance e Mostra de São Paulo, por exemplo), as características do público poderiam não ser as mesmas aqui relatadas. É provável que não exista, nestes eventos, um envolvimento tão grande dos espectadores. Mesmo a questão da dedicação para com o festival é diferente, pois, como são exibidos filmes mais variados, o público também tende a ser variado. Enquanto que, nos dois eventos estudados, é possível encontrar uma unidade entre os espectadores. Outro ponto a ser destacado é a forte cinefilia expressa durante estes festivais. Pode-se dizer que isto ocorre devido à carência de oportunidade para se assistir ao tipo de filmes exibido nestes eventos, em geral, com exclusividade. Diferentemente do que ocorre em outros festivais, onde parte significativa dos filmes poderá ser assistida posteriormente.

6.8 ENVOLVIMENTO

A questão do envolvimento dos participantes de um festival de cinema fantástico é muito pertinente para o presente estudo. Este envolvimento não se limita somente ao tempo de ocorrência do festival em si, mas engloba também toda a preparação e expectativa que existe com relação ao início do evento. A expectativa é um dos cinco assuntos que serão abordados a seguir, juntamente com as sensações decorrentes deste envolvimento, questões de memória, referentes às lembranças dos festivais anteriores, o tempo investido no festival e o envolvimento em si.

Ao falarem sobre o envolvimento com o evento, quatorze respondentes do Fantaspoa definiram seu envolvimento através das sensações evocadas pelo festival. Além de envolvente, podem ser destacados os seguintes adjetivos: atraente, encantador, fascinante, interessante, distinto, prazeroso e imperdível. Os respondentes também mencionaram que o festival supre um desejo nostálgico, causa euforia, que gera sentimentos de adoração pelo evento e a necessidade de participar de maneira engajada. Os dois excertos selecionados abaixo buscam expressar estes sentimentos:

...Quando tu tens um festival como o Fantaspoa tu pensas “é a chance! É imperdível!” Tu, sei lá, mata aula se tiver que matar, dependendo da sessão. Mata jantar com a família, dependendo da sessão. (Wagner e Enzo – Fantaspoa)

Quando terminou a edição desse ano saí tri entusiasmado. Até saí meio deprimido porque era uma coisa que tinha todos os dias. Isso não é demagogia, é uma coisa que eu sinto mesmo... As duas últimas edições pra mim foram as melhores... Eu terminei e estava deprimido porque estava muito bom porque eu sabia “pô, agora só ano que vem pra ter um negócio desse tipo”. (André – Fantaspoa)

Três respondentes afirmaram que o envolvimento com o festival é favorecido devido ao fato dele ser “da cidade”. Este sentimento corrobora a ideia apresentada na revisão teórica de que o festival se torna importante para a cidade na qual ele é

realizado. Um exemplo deste sentimento e do envolvimento causado é apresentado abaixo:

Eu acho legal, cara. Eu sou muito crítico com Porto Alegre. Eu acho que agora tá acontecendo um negócio aqui que eu não queria estar em outro lugar do mundo. Queria estar vendo esse festival aqui. Se eu fosse do Canadá eu ia querer estar aqui. Se eu fosse daqui e tivesse em qualquer outro lugar... eu iria querer ver esse festival aqui. E é uma coisa de Porto Alegre. (Igor – Porto Alegre)

Sete respondentes do Fantastic Fest comentaram sobre as sensações que o festival desperta. Dois deles se consideram cinéfilos e afirmam que o festival é um ambiente propício para a apreciação do cinema, enquanto um terceiro, apreciador da cidade onde mora (Austin), relaciona sua simpatia pelo festival com o fato deste evento ter se tornado importante para a cultura local.

Houve também menções ao fato do festival ser tão envolvente a ponto daqueles que frequentam festivais de cinema por obrigação (fazendo referência aos críticos, atores e diretores de cinema) terem prazer em participar deste e até prolongarem seu período de participação no evento. Tal afirmativa comprovou-se na observação participante, pois o número de críticos presentes no evento é muito alto, ainda que estes não tenham mais privilégios do que qualquer espectador. Além disso, estrelas de cinema frequentam o evento mesmo sem estarem promovendo algum filme, ou seja, participam devido ao sentimento de envolvimento pelo festival. Abaixo são apresentados dois excertos referentes às sensações de envolvimento:

O festival deixa as pessoas muito animadas. As pessoas que já estiveram aqui antes, ouvem falar em Fantastic Fest e relacionam com a Disneylândia. Se você fala em Disneylândia para algumas pessoas, os olhos dela brilham. Se você fala em Fantastic Fest para outras, você percebe o rosto inteiro da pessoa se iluminar. (Jette – Fantastic Fest)

Eu gosto muito de cinema de gênero e sinto como se este festival realmente falasse comigo. (Tony – Fantastic Fest)

A memória que possuem de outras edições do evento foi citada por quatro respondentes do Fantaspoo, estes também informaram desde quando frequentam o evento. Uma respondente de São Paulo menciona que já participou de 3 edições do festival e que somente não compareceu em outros anos por compromissos de

trabalho. Outro espectador afirmou ter participado de todas as edições e que, portanto, já possui uma memória afetiva de 8 anos ao pensar sobre o evento. O terceiro respondente comentou sobre a edição do evento de 2009, na qual teve seu primeiro contato com o festival. Por esta edição, este respondente afirmou ter uma lembrança especial em sua memória, em função deste primeiro contato e também pela diversidade e quantidade de filmes assistidos. O quarto respondente lamenta o fato de ter reduzido seu envolvimento no festival devido a compromissos de trabalho.

Já no Fantastic Fest, a questão da memória trazida pelo evento foi assunto de seis respondentes. Três destes conheceram a cidade sede do evento, Austin, em função do próprio Fantastic Fest e, como resultado, mudaram-se para esta cidade, em parte, devido ao envolvimento imediato pelo festival e pelo cinema no qual o evento é realizado, o Alamo Drafthouse. Dois destes depoimentos são apresentados abaixo:

Então nós tiramos folga no trabalho e voamos até aqui. Este foi o Fantastic Fest 3, em 2007. E aquilo mexeu demais conosco. Foi a melhor semana de nossas vidas. Foi melhor que o Natal. Nós fizemos muitos bons amigos, com quem ainda mantemos relacionamento, ainda mais depois de termos mudado para Austin. Nós interagimos com cineastas que nós admirávamos já a muito tempo e nunca pensávamos que iríamos conhecer, e menos ainda poder interagir e fazer perguntas. Foi uma experiência que mudou as nossas vidas. Depois que voltamos para casa, nós pensamos: Nós devemos nos mudar para Austin e fazer isso o tempo todo. E nós fizemos isso. Isso foi em setembro de 2007 e mudamos para cá em junho de 2008 e desde lá nós estamos aqui. (Luke – Fantastic Fest)

Estou falando a respeito do Alamo original, que foi o cinema pelo qual nos apaixonamos. Tanto pela sua missão quanto pela maneira que eles faziam as coisas e os tributos que eles prestavam a todos os gêneros cinematográficos e todos os tipos diferentes de filmes. E nós decidimos voltar e ir ao Fantastic Fest em setembro de 2007 e isso foi a melhor experiência de toda nossa vida. Na verdade, foi essa experiência que nos levou a arrancar raízes para nos mudarmos para cá. Nós realmente nos mudamos para Austin por causa do Fantastic Fest e do Alamo Drafthouse. (Brian Salisbury – Fantastic Fest)

Os outros três respondentes informaram desde quando participam do festival.

Um deles mencionou que conhece o festival há anos, mas que 2010 foi o primeiro ano no qual conseguiu comprar uma credencial. Após experienciar o evento, ele diz que pretende nunca mais faltar ao festival, tamanha foi a sua satisfação. Outro respondente afirmou que começou a participar do evento em sua terceira edição (a pesquisa foi realizada na sétima) e que desde então, tornou-se um aficcionado, lamentando o fato de não ter comparecido nas duas primeiras edições. Já a terceira respondente, frequentadora desde a primeira edição, demonstra seu apreço pelo festival através do seguinte depoimento:

Eu venho ao Fantastic Fest todos os anos, desde 2005, quando ele começou. Este é um grande festival. Primeiramente, ele é o primeiro festival que eu cobri como membro da imprensa, então ele tem um significado sentimental para mim. E eu adoro este festival também por ter estado aqui desde o princípio e ter visto ele crescer. (Jette – Fantastic Fest)

A questão da quantidade de tempo disponibilizada pelos participantes para a apreciação do evento foi comentada por seis respondentes do Fantaspoa. A forma na qual o Fantaspoa se organiza, onde aproximadamente 95 filmes de longa-metragem são exibidos em apenas 17 dias, exige que um espectador interessado dedique grande parte do seu tempo nestes dias para comparecer às sessões. A maioria dos participantes assiste entre 1 e 3 filmes diariamente. Além disso, alguns respondentes lamentaram a impossibilidade de presenciarem ainda mais sessões do festival. Um respondente mencionou que os espectadores são comprometidos com o evento e buscam aproveitar ao máximo os intervalos entre filmes – de aproximadamente 20 minutos – para estarem novamente dispostos a assistir o filme seguinte (por exemplo, fazendo um lanche, comprando uma bebida ou fumando um cigarro). Alguns fãs coincidem o período de suas férias anuais com o Fantaspoa para, assim, terem mais tempo para o festival. Um exemplo desta dedicação de tempo são os trechos abaixo:

Estes três finais de semana e duas semanas, é o momento que eu mais tenho pra ver filmes ao longo do ano - apesar de ir bastante ao cinema o que eu prefiro é filme de terror. Apesar de ver alguns filmes de terror durante o ano, eu acho que o festival é um bom momento pra isso - além do mais o preço é acessível. (João – Fantaspoa)

Tem gente tipo eu, que acompanha sempre... Ano passado eu consegui férias na época do Fantaspoa. Tinha dias que eu saía de uma sessão pra

outra e via 3, 4 sessões. Fora eu, tem amigos meus que fazem isso, tem gente que vem de cidades próximas, também para prestigiar... (Marcelo – Fantaspoa)

Também foram seis os respondentes do Fantastic Fest que exemplificaram o seu envolvimento com o evento através do tempo dedicado. Um espectador declarou-se satisfeito por poder assistir a 12 horas de filmes por dia. Outro respondente afirmou sentir-se mais disposto a não dormir para maximizar seu entretenimento durante o festival. Novamente, alguns espectadores informaram que programam suas férias para que coincidam com o período festival para, assim, assistirem à maior quantidade possível de filmes. Os dois depoimentos abaixo exemplificam esta dedicação de tempo:

O que faz este festival ser tão único é que todo ele ocorre em um mesmo cinema e este cinema é também um restaurante. Então eles conseguem organizar tudo de uma maneira que você não precisa ir a nenhum outro lugar para ter tudo o que precisa. Não apenas para que você possa ver o número máximo possível de filmes, mas também para que você aproveite o seu tempo conversando com as pessoas sobre cinema e se divertindo. (Josh Jonson – Fantastic Fest)

Bem, em alguns outros festivais de cinema aqui em Austin têm pessoas que vão alguns dias, ou só assistem a alguns filmes, ou apenas em um turno, ou vão assistir qualquer filme que estiver passando. As pessoas que você vê no Fantastic Fest estão dispostas a tudo. E elas estão aqui o tempo todo. Principalmente por quase todo o festival ser apenas em um cinema, você vem passar o dia todo aqui. Hoje, por exemplo, eu vim apenas pegar minha credencial e uma hora depois eu continuo aqui. E eles não estão nem exibindo filmes hoje. (Jette – Fantastic Fest)

Um outro tópico abordado foi a preparação para participar do evento e a eventual alteração da rotina. Um participante afirmou que tem por hábito escolher antecipadamente a quais filmes irá assistir como forma de otimizar sua participação. Este mesmo entrevistado declarou que assiste a pelo menos 10 filmes por edição e que frequenta o evento desde a sua primeira edição. A seguir outros dois depoimentos exemplificam o intenso envolvimento dos participantes com a programação do festival:

Eu tenho vindo todos os dias... eu estou tentando manter a média de 4

filmes por dia. (João – Fantaspoa)

Desde o primeiro festival eu venho ver algumas sessões. Com a frequência prejudicada pelo horário de trabalho - mas à noite, desde a primeira. A partir da quarta edição eu comecei a vir e prestar atenção, entender mais o festival como um organismo e essa é a terceira edição que eu participo vendo filmes todos os dias. (Simone e Igor – Fantaspoa)

Dentre os respondentes do Fantaspoa, três deles afirmaram que mudam a sua rotina devido ao festival, com a intenção de participar do máximo de atividades do evento. Foram citadas como alterações na rotina o cancelamento de compromissos, tais como aulas, e a frequência no cinema em horários não usuais, como, por exemplo, no início da tarde. Nos depoimentos a seguir, têm-se exemplos desta mudança de rotina:

Eu dediquei duas semanas - estou na terceira semana da minha vida pra isso, e sou um homem ocupado - então eu procurei fazer minha agenda aqui na volta de Porto Alegre... Eu dediquei tempo e dinheiro... Dinheiro é insignificante, mas tempo sim. Trouxe minha filha, e insisti pra que ela me acompanhasse, e ela também está gostando. (Jaime – Fantaspoa)

Eu acho que eu “participo”... Todo dia eu coloco a nota do filme que eu vi. Aquela foto principal do facebook, eu todo dia boto a imagem de um filme que eu vi no Fantaspoa e que eu gostei... E aí as pessoas começam a se interessar: “Mas onde é que tu tá indo toda noite? Que coisa, tu não vai mais na academia, onde tu vai?”. “To indo no Fantaspoa - ver um filme Mexicano, ver um filme Venezuelano, ver um filme sérvio e assim as pessoas ficam curiosas”... (Carol – Fantaspoa)

Alguns espectadores descreveram seu envolvimento com o festival como abrangendo não só o período do evento em si, mas também a um período anterior, no qual há a expectativa e a preparação para o evento, incluindo o processo minucioso de seleção dos filmes que serão assistidos.

É afetivo, é fetichista por ter um gosto... sempre o mesmo tipo de filme, né? E também a coisa de tu parar, abrir a programação e ler, e procurar sobre os filmes, escolher esse, aquele. Eu faço uma planilha no excel, mesmo desde 2009 que eu não conhecia, porque eram muitas opções e era muito barato. (Adriane – Fantaspoa)

A expectativa para o evento também foi abordada por outros seis respondentes no Fantaspoa, que admitiram ter um sentimento de ansiedade pela chegada do festival. Alguns acreditam que o grande número de filmes disponíveis em um curto período de tempo pode acarretar em nervosismo e ansiedade, pois mesmo que o participante se proponha a participar das 4 sessões diárias, ainda assim não terá visto todos os filmes apresentados pelo festival no final dos 17 dias de evento. O fato do intervalo entre as edições de 2011 e 2012 ter sido de apenas 10 meses (diferentemente dos usuais 12 meses) foi considerado positivo por três destes seis respondentes, o que indica um alto envolvimento e expectativa pelo início do evento. Essa expectativa pelo festival é evidente nos depoimentos abaixo:

Bom, o Fantaspoa é a época que eu mais espero do ano, porque a partir disso eu vejo todo o resto do meu ano quais são os filmes que eu vou ver, provavelmente, ou eu descubro novos diretores, alguma coisa assim - alguns contatos, faço muitos amigos. (João – Fantaspoa)

Ele tende a ser um momento do ano que tem esse festival, eu espero ele, “ano que vem”, ou seja, uma coisa que eu tenho expectativa de que aconteça. Tendo em vista a temática: uma coisa que eu gosto e ao fato de ser o momento do festival em si. De modo geral durante o ano eu vou vendo alguns filmes do gênero, mas tende a ser mais focado, mais específico ao evento. (Roberto – Fantaspoa)

Através da observação participante, percebeu-se que no Fantastic Fest a preparação para o evento ocorre de maneira ainda mais intensa do que no Fantaspoa. No caso do festival texano, alguns eventos informais precedem o evento em si. Através do contato com um dos informantes-chave, foi possibilitada a observação de uma reunião de amigos, realizada com o objetivo de assistir aos trailers dos filmes do festival. Para tal ocasião, foi organizado um *potluck dinner* (espécie de lanche coletivo, comum na América do Norte, onde cada convidado leva um prato) para que eles organizassem, em conjunto, suas agendas para o festival com uma semana de antecedência.

A socialização durante o festival também incentiva um maior envolvimento das pessoas. Foram feitas menções ao fato de se conhecer, de se conviver e de se divertir com pessoas com a mesma preferência por cinema de gênero fantástico.

É fantástico. É como assistir o seu time do coração jogar. É como se você estivesse em um concerto. Você não está apenas sendo um receptor. Você

também está participando e torcendo pelo seu filme. (Can – Fantastic Fest)

Este festival tem muito significado pra mim. Eu não consigo me imaginar não voltando aqui todo ano. Eu não imagino como seria perder uma edição. Têm muitos amigos meus com os quais eu convivo apenas nesta época do ano. (Nick – Fantastic Fest)

Esta socialização torna-se tão atrativa quanto os filmes *per se*, pois muitas das experiências marcantes ocorrem durante as festas do festival e diversos são os casos de amizades iniciadas durante o evento. Sendo assim, cria-se a expectativa de que a próxima edição do festival propicie novas sensações e experiências tão positivas quanto aquelas vivenciadas na edição anterior. Alguns participantes justificaram tamanha expectativa ao definirem este evento como um dos mais importantes do ano em suas vidas. Para alguns, a espera pelo festival pode ser comparada à espera de uma criança pelo natal ou a espera pela comemoração de um aniversário.

Um respondente afirmou que sua ansiedade pelo início do festival aumenta a cada ano. É possível supor, em virtude deste aumento de expectativa, que há um alto grau de satisfação dos espectadores, sendo percebido um estado de encantamento, ou seja, a percepção de que a satisfação com o evento foi ainda superior à expectativa. Estes excertos abaixo exemplificam o nível da expectativa causada pelo evento:

Oitenta a noventa por cento das pessoas que estão aqui, no momento em que o festival acabar, começarão a contar os dias até o próximo ano ou até o próximo festival que elas irão ir. Seja o Fantastic Fest, em Los Angeles ou fora da América do Norte. (Tyler – Fantastic Fest)

Eu me apaixonei completamente por este festival, então eu prometi a mim mesmo que eu tentaria voltar sempre. Neste ano eu consegui e tem sido assim desde a primeira vez que eu vim, então eu me sinto muito ligado a ele. (Nacho – Fantastic Fest)

6.9 IDENTIDADE E FANATISMO

Conforme depoimentos de diversos respondentes, o público do Fantaspoa e também do Fantastic Fest se diferencia do público de outros eventos devido, em parte, a sua homogeneidade. Apesar de terem sido feitos comentários sobre a existência de diferenças entre os interessados nestes festivais, de maneira geral, há um elemento integrador dos participantes: o interesse pela temática fantástica, pelo cinema, ou pelo evento em si.

6.9.1 A formação dos espectadores

É possível afirmar, através das entrevistas e dos contatos na observação participante, que os espectadores, na sua maioria, compartilham de uma formação cultural semelhante. Conforme afirmou um dos entrevistados, há um inconsciente criado a partir dos filmes de terror e do cinema fantástico. A importância do cinema para alguns espectadores pode ser percebida no depoimento abaixo:

O cinema sempre fez parte de mim. E ele define quem você é, pois acaba se tornando uma meta... por algo... eu não sei nem imaginar... se eu não conhecesse cinema e festivais de cinema, eu não sei o que eu faria, eu não sei quem eu seria. Eu não acho nem ao menos que eu iria gostar da pessoa que eu seria. (Brian Kelley – Fantastic Fest)

O interesse pelo cinema de gênero por parte de muitos espectadores é antigo. Segundo um respondente, essa predileção e esse fascínio pelo fantástico resultam da junção dos filmes assistidos, das músicas ouvidas, dos livros e revistas em quadrinhos lidos, ou seja, do repertório cultural comum entre a maioria dos espectadores e também entre os cineastas presentes. Outra evidência de que o envolvimento com o gênero fantástico é influenciado pelo repertório cultural dos espectadores é o fato de vários respondentes terem mencionado que foram iniciados na apreciação cinematográfica a partir dos filmes de terror. Estes ainda afirmam que assistiam tais filmes com suas famílias e que a partir dessas experiências passaram a apreciar mais o cinema em geral. Na opinião de uma das respondentes, a apreciação pelo cinema de gênero em geral começa na infância:

Eu acho que na maioria dos fãs desse gênero esse interesse começou mesmo na infância... Então pra uma criança aquilo é tão... deslumbrante.

(Patrícia – Fantaspoa)

A identificação de referências de outras obras cinematográficas (por exemplo, homenagear um cineasta famoso com o nome de um personagem ou utilizar objetos que remetam a um clássico do cinema de gênero) em filmes exibidos no festival está relacionada com a formação dos espectadores, com o seu conhecimento e a sua memória dos filmes que assistiram anteriormente. Esse uso de referências é apontado por um entrevistado como frequente no cinema de gênero fantástico, em oposição aos filmes de gênero dramático ou comédia, nos quais este recurso é pouco utilizado.

Os depoimentos dos respondentes norte-americanos referentes à formação cultural foram similares. Dois respondentes comentaram sobre a influência de suas famílias em suas preferências. Um deles afirmou que assistir a filmes de horror era rotina familiar e um dos momentos nos quais a família se reunia. Outros dois respondentes se denominaram aficionados por cinema, principalmente de gênero, desde a infância e que este interesse influenciou as suas personalidade. Outras influências ao longo da formação foram também abordadas, como o fato de uma respondente ter uma irmã cinéfila e um respondente trabalhado durante 4 anos em uma videolocadora. O cinema como forma de escapismo na juventude também foi um tópico de influência durante a formação de um respondente:

Eu cresci em uma cidade pequena do Nebraska e, realmente, minha única forma de escapar das plantações de milho era ir ao cinema. Meus pais sempre foram do tipo que não cobriam meus olhos para nada. Eles queriam que eu experienciasse tudo que eu pudesse na vida e, desde pequeno, eu sempre tive interesse em filmes e um festival de cinema em si é realmente ótimo para mim. (Tyler – Fantastic Fest)

Outro tópico abordado descreve os frequentadores do Fantastic Fest como espectadores versados em cinema em geral e com grande conhecimento sobre cinema fantástico. Sendo, portanto, capazes de avaliar e criticar as obras cinematográficas com embasamento. Desta forma, percebe-se, mesmo em conversas informais, que a troca de conhecimento e o debate sobre o cinema de gênero é abundante e profícuo durante o evento:

Você descobre que muitas pessoas do público têm muita experiência assistindo a outros filmes e que, na verdade, eles têm algum conhecimento

de como os filmes são feitos, então eles podem falar sobre como... determinado filme era bem feito pela maneira que ele foi roteirizado, sobre alguns pontos que estavam mais fracos e eles falam sobre coisas técnicas ao invés de “ah, eu não gostei” ou algo assim. E eles falam dessas coisas com entendimento da estrutura e coisas assim e isso é muito legal. Tem uma parte que se assemelha quase a estar na escola, quando tínhamos que escrever pequenas críticas sobre livros. (Ellen e Ian – Fantastic Fest)

Os respondentes mencionaram que os espectadores dos eventos possuem maior interesse pelo cinema e conseqüentemente pelos festivais quando comparados ao espectador regular de cinema. Segundo um respondente do Fantastic Fest, existe uma espécie de sinergia entre os espectadores que faz com que a experiência do evento seja intensificada por estarem assistindo a filmes com pessoas que possuem esse interesse em comum. Um segundo respondente comentou que, em um ambiente qualquer, debater sobre a importância do diretor John Woo ou comparar o cinema de Hong Kong atual com o de antigamente seria entendido como uma barreira à interação e que, no festival, este interesse peculiar em comum torna-se um incentivo à interação, em função da identificação mútua.

No Fantaspoa, foram feitas menções ao fato de muitos dos espectadores terem envolvimento com as artes, ou com a produção de filmes em si (atores, diretores e roteiristas). Por terem um repertório rico em referências da área, tais espectadores se interessam por características das obras cinematográficas que em muitos casos não são absorvidas por um público regular. O trecho abaixo aborda este tópico:

Eu noto que algumas pessoas são da área ou ao menos têm interesse na área de cinema. Eu percebo que são do ramo, que têm um conhecimento bem profundo da arte, que ficam discutindo sobre diretores, atuação, a questão mais técnica...eu noto que o festival tem um público mais específico. (Roberto – Fantaspoa)

A maioria dos espectadores – mesmo aqueles que não possuem contato com a produção cinematográfica – tem interesse na história do cinema, na forma como os filmes foram produzidos e nos detalhes dos bastidores. Também são facilmente observáveis discussões sobre o significado de alguns filmes ou de determinadas cenas. Esta busca por maiores informações sobre as obras fica evidente pela presença significativa de pessoas interessadas pelos debates ao final das sessões.

Alguns espectadores comparecem às salas apenas para os debates. Como um dos respondentes mencionou: “Não é só ver um filme, uma história com começo, meio e fim, é mais cinema, é mais completo”.

6.9.2 A semelhança entre os espectadores

Seis respondentes do Fantaspoa e quatro do Fantastic Fest abordaram a questão da semelhança entre os espectadores.

Dentre os respondentes do Fantaspoa, foi afirmado que há uma predileção pelos mesmos bares e danceterias, pelo mesmo estilo musical (o Rock, especialmente o Metal), literário e de manifestações artísticas e até mesmo pela forma de se vestir. Conseqüentemente, os produtos e experiências consumidos também são semelhantes, inclusive no que se refere ao consumo dos festivais. Dois respondentes comentaram sobre tais semelhanças:

Ou seja, o festival é um ponto de referência. Tu tem algo que tu gosta, um ponto em comum e conhece pessoas que tem esse mesmo interesse. Eventualmente tu começa a frequentar, a fazer atividades com aquele grupo e a partir disso tu pode ampliar essa identidade. (Roberto – Fantaspoa)

Se eu conhecer um fã de horror em qualquer lugar do mundo e eu conversar com ele, a gente vai achar milhões de coisas em comum, além do horror. Isso é muito engraçado. Não somente o horror. (Juliana – Fantaspoa)

O comentário acima é especialmente relevante, pois corrobora o pensamento de que o fã de horror e de cinema de gênero tem características específicas que o difere dos outros cinéfilos. Esta afirmação, segundo a espectadora, é válida para um fã de horror em qualquer lugar do mundo, pois se trata de um gênero universal. Diferentemente de filmes com maior produção realizada apenas em determinados países (como musicais na Índia, por exemplo), o horror, principalmente de baixo orçamento, é produzido em escala mundial. Por exemplo, um filme de orçamento médio, francês, que tenha feito uma boa carreira em festivais de cinema de gênero fantástico, possui grande chance de ter sido assistido por espectadores de diversos

países do mundo. A lógica que opera neste mercado, não é a do capital, ou da bilheteria, mas a da qualidade e originalidade, que eventualmente poderia passar despercebida por um espectador regular. Além disso, outros produtos culturais, como música e literatura, tendem a ser assuntos de interesse comum para estes espectadores.

A maneira de se vestir dos espectadores e os interesses em comum também foram abordados pelos respondentes do Fantastic Fest. Essas similaridades foram inclusive apontadas como motivadores para se iniciarem relacionamentos. O fato da conexão entre os espectadores ser favorecida pelo Fantastic Fest e as semelhanças existentes entre eles são abordados nos dois excertos abaixo:

Sabe, você conhece gente de todo tipo. É perfeito para qualquer pessoa que goste deste tipo de filme. Isso é, se você gosta e acha divertido, ou está disposto a dedicar seu tempo e esforço. Eu acho que é por isso que todas as pessoas aqui se dão tão bem, porque todos nós temos algo em comum. Sabe, não importa para onde vamos depois, ou o que fazemos com o resto de nossas vidas, sempre teremos algo que nos une. (Tara – Fantastic Fest)

É isso que é realmente único em um festival de cinema, principalmente em um como esse que tem um foco em determinados gêneros e determinados tópicos... Você vai acabar conhecendo pessoas que pensam como você, que tem interesses alternativos, que talvez sejam um pouco geek, que gostam de cinema de horror... Eles tendem a consumir o mesmo tipo de mídia que você consome. Isso é parte da razão pela qual você vem a um festival de cinema, sabe. Você quer ver as coisas, mas acaba sendo automaticamente uma espécie de seleção das pessoas que você vai encontrar porque as pessoas que estão aqui tendem a ter o mesmo gosto cinematográfico que você... Então a probabilidade deles terem outros interesses em comum é grande e que vocês se darão bem é ainda maior. (Blake – Fantastic Fest)

6.9.3 Paixão pelo cinema de gênero e cinefilia

A temática da cinefilia e da paixão pelo cinema foi abordada por 3 respondentes no Fantaspoa e por 11 respondentes no Fantastic Fest. Um deles

disse que se considera cinéfilo, mas que frequenta mais o festival pelos clássicos do que pelas novidades. Outro respondente considera obrigatório que cinéfilos como ele compareçam ao Fantaspoa, devido ao ineditismo de muitos filmes e à oportunidade única de assisti-los no cinema. A terceira respondente também se declarou cinéfila e apontou como justificativa a alta frequência com a qual comparece às salas de cinema:

Eu sou uma cinéfila de carteirinha, eu frequento o cinema de duas a três vezes por semana, normalmente assisto mais de um filme quando eu vou, e é do meu hábito (ir mais) às salas mais alternativas do que o cinema comercial... Depois do teatro eu considero que o cinema é a melhor coisa que tem - como respirar, assim. (Nara – Fantaspoa)

Seis respondentes do Fantastic Fest abordaram de maneira geral o fato de considerarem a si mesmos e aos demais espectadores como cinéfilos: “todos aqui são geeks, críticos ou apaixonados por cinema”, “as pessoas estão aqui para ficarem apaixonadas pelos filmes”, “você vai conviver com pessoas tão apaixonadas quanto você e que buscam uma visão mais profunda do cinema”. Outra respondente descreveu o público do festival da seguinte forma:

São pessoas que amam cinema. E isso é verdade em qualquer festival de cinema, mas as pessoas vêm neste festival e elas se envolvem. Muitas delas estão aqui todos os dias. As pessoas não vêm só para alguns dias. Elas querem passar a semana inteira; São pessoas que amam o cinema tanto assim. (Jette – Fantastic Fest)

O depoimento apresentado acima evidencia que os espectadores possuem a cinefilia como uma forte expressão da sua identidade. Um argumento importante para que os cinéfilos tenham tamanho apreço pelos festivais de cinema estudados é o fato destes proporcionarem uma programação com diversos títulos que não serão lançados em cinemas comerciais. Este argumento foi destacado por diversos respondentes, pois estas sessões exclusivas são, para eles, bastante atrativas.

Dois entrevistados afirmaram que o espectador típico do festival costuma assistir a filmes durante o máximo de tempo possível. Outro respondente destacou que, para ele, a programação é uma das principais justificativas para seu forte interesse no festival. A paixão e o fanatismo pelo festival são tão intensos que não se limitam exclusivamente ao período do festival, conforme apresentado no exemplo

abaixo:

Quando você não está no Fantastic Fest, você está esperando que o Fantastic Fest aconteça e isso movimenta a nossa obsessividade ao longo do ano para nos prepararmos para o Fantastic Fest, para saciar uma fome que apenas o Fantastic Fest sacia. Mas nós comemos aperitivos ao longo do ano. Tudo que vemos ao longo do ano é um aperitivo para o tempo do Fantastic Fest. (Brian Kelley – Fantastic Fest)

Segundo um respondente, o fato do Fantastic Fest localizar-se em Austin corrobora a preferência dos seus moradores por filmes de gênero. Assim, parte do sucesso deste festival pode ser explicada pela sua favorável localização:

Austin definitivamente é o local certo para o Fantastic Fest. Quer dizer: nós temos uma população cinéfila gigantesca aqui em Austin e isso é indiscutível. Mas nós também temos uma população que não é obcecada com os filmes do grande circuito ou com cinema *arthouse*. Essas são pessoas que ficam babando por cinema de gênero, por cinema *exploitation*, por cinema *underground*. O Fantastic Fest cultiva tudo isso unindo em uma única experiência cinematográfica. (Brian Salisbury – Fantastic Fest)

6.9.4 Fanatismo

Parte significativa dos espectadores de ambos os festivais é composta por fãs e pode-se até mesmo supor que os eventos foram criados para atender à demanda de fãs que possuem alto envolvimento. Foi também mencionado que os filmes exibidos nestes festivais podem criar, com facilidade, uma grande *fanbase* através da internet e da propagação do conteúdo, além das críticas positivas e da apreciação dos fãs. Neste sentido, um entrevistado comentou que mesmo que o Fantastic Fest não exerça um impacto direto na indústria do cinema, há um impacto indireto, através da manifestação dos fãs.

Um dos respondentes do Fantaspoo destacou o fato de os realizadores deste festival também serem fãs e cinéfilos. Para ele, tal fato é um diferencial do festival quando comparado a outros eventos da cidade, pois indica um maior conhecimento e comprometimento com o gênero fantástico:

Os caras fazem aquilo porque curtem. Claro, eles não vão gostar de todos

os filmes necessariamente, mas os caras curtem o gênero e passam aquilo adiante. (Marcelo – Fantaspoa)

Uma respondente do Fantaspoa considera que os espectadores do festival são verdadeiramente fanáticos, formando um grupo diferenciado e apaixonado pelo cinema de gênero exclusivamente. Outro respondente corroborou esta informação ao utilizar o termo sectário para definir o fã do cinema de gênero, complementando que este fã tende a se interessar somente por um nicho específico do cinema, ignorando o restante.

De maneira similar, foi mencionado que essa paixão faz com que as pessoas conheçam detalhes sobre os filmes e até memorizem algumas falas. Em ambos os festivais, em filmes clássicos do gênero, é possível ouvir os espectadores recitando as falas junto com os atores em algumas cenas favoritas. Dependendo do filme, eles também gritam ou batem palmas no meio da exibição. O fã, portanto, interage com o filme e tais reações às cenas são demonstrações do seu fanatismo. Estes fãs são passionais, colecionam souvenirs e memorabilia relacionados aos filmes, lêem sobre as produções e conhecem a cultura, a literatura e o contexto histórico que influenciaram os filmes que eles admiram. O fã de cinema de gênero é considerado por diversos respondentes como apaixonado pelo objeto de interesse e que se dispõe a aproveitar, pesquisar e conhecer os filmes ao máximo. Alguns fãs são tão envolvidos a ponto de serem considerados, por outros espectadores, como de difícil convívio ou pedantes, tornando-se exageradamente específicos, ao conversar sobre assuntos que podem não interessar aos demais.

É perceptível, através da observação participante realizada em ambos os eventos, que parte significativa dos espectadores são fãs que se tornam defensores do seu objeto de culto, com atos similares àqueles realizados pelos “advogados da marca” quando defendem sua marca favorita. Mesmo quando uma obra cinematográfica de um de seus ídolos possui qualidade aquém às demais produções e recebe críticas negativas, os fãs mantêm sua opinião quanto ao cineasta. Alguns fãs optam por ignorar esta obra na filmografia do diretor, enquanto outros justificam o fracasso com inúmeras razões. O excerto abaixo aborda esta questão:

Mas tem muito fã de terror... tinha fã de Stuart Gordon que só faltou beijar na boca. Tinha uns caras, uns marmanjos mesmo, que iam abraçá-lo... o fã é um cara extremamente apaixonado, extremamente fiel, principalmente, porque a gente vê fãs...Fãs do Dario Argento, por exemplo... O fã de Dario

Argento defende qualquer porcaria que ele fez nos últimos anos... Que fez coisas... abomináveis, assim, depois. Mas o fã defende ele. E isso que eu acho legal. (Felipe – Fantaspoa)

A fidelidade dos fãs do cinema de gênero fantástico é tamanha a ponto de existir fãs que idolatram inclusive filmes considerados ruins, ou seja, filmes com problemas de roteiro ou com efeitos especiais pouco convincentes, entre outras falhas. Para os fãs, tais problemas tornam-se irrelevantes ou até incentivam a diversão. Devido a isso, em muitas sessões, as risadas dos espectadores são constantes, apesar de não se estar assistindo a uma comédia. A seguir, o depoimento de um dos entrevistados ilustra esta questão:

Tem um amigo meu que diz “o gênero mais popular é o terror”... E ele explicou o seguinte: um filme de terror, por pior que seja, sempre vai ter alguém que goste. Sempre vai ter alguém que vê. Tem gente que é fã de ficção ruim, tem gente que é fã de terror ruim... Os caras curtem o que é a tosquisse ou coisa assim. Tu nunca vai ver um fã de Drama ruim, de Comédia ruim... O fã de terror ele é muito mais aguerrido. Muito mais que em outros gêneros, e os caras idolatram, tudo. E o filme de terror tem isso. (Marcelo – Fantaspoa)

Os fãs de cinema de gênero foram comparados por diversos respondentes com fãs de banda de heavy metal, pois, segundo este entrevistado, em ambos os casos, há comprometimento em comparecer aos eventos temáticos, devido a sua raridade e especificidade:

Eu definiria como um fã fiel, eu associo muito o cinema de gênero com pessoal que ouve heavy metal, que é um pessoal que sabe que quando tem um show, tem que ir por que é só aquilo que tem. É uma coisa tão específica que quando aparece um festival, ou quando aparece mesmo no cinema mainstream, um filme que seja interessante, que seja de um diretor consagrado, ou que tenha algum ator que o pessoal curta, as pessoas se focam bastante. Porque se tem pouca oportunidade de ver aquilo. (João – Fantaspoa)

A seguir serão apresentados dois depoimentos nos quais o comportamento fanático dos espectadores do Fantaspoa é exemplificado:

É que o fã de filme de horror é o cara que ele vai ver filme de horror, vai no Fantaspoa, tem uma camiseta do exorcista, ele tem todos os livros do

Stephen King na prateleira dele... O cara que respira aquilo ali o dia todo - ele vai, enfim, no Zombie Walk, se fantasia de Zumbi pra tirar foto, participa da "Demons Divas", o cara incorpora a Carrie só pelo prazer de fazer aquilo ali mesmo. (Daniela – Fantaspoa)

Tem cara que eu conheço que vai no festival e é fã, tem gente que está lá porque é um evento... os meus amigos que vão ver, todos são fãs. Dos caras levarem capinha de VHS pro diretor autografar... Tu ter a fita, sendo que tu pode baixar o filme, comprar um DVD - é tu ser muito fã. (Marcelo – Fantaspoa)

A maioria dos respondentes do Fantastic Fest utilizou as seguintes expressões para definir o espectador típico do festival: "é o fã obsessivo que quer mergulhar em filmes por oito dias consecutivos", "fãs do cinema de gênero e fãs de horror", "eu sou um fã e um geek e este festival é o equivalente à Meca para para alguém como eu", "pessoas diferentes vêm aqui, mas todos com o mesmo fanatismo e paixão pelo cinema", "adoradores de filmes". Novamente, o envolvimento dos espectadores com os filmes é tão grande, que até mesmo filmes que não são tão bons podem ser apreciados por eles:

Este festival é realmente para geeks que gostam de coisas muito específicas. Eu adoro todos estes gêneros e, eu tenho que ser honesto, eu gosto de filmes que não são tão bons assim. Gosto de filmes de fantasia e de ficção-científica, etc. Este festival é diferente, porque para pessoas como eu, que gostam dessas coisas, o festival é uma cornucópia. Todas as sessões são uma delícia. Mesmo se você não consiga assistir ao filme que você queria, tem algo incrível em uma outra sessão que você não esperava que fosse tão bom. Isso já aconteceu comigo várias vezes. (Reed – Fantastic Fest)

Ao definir o fã típico do Fantastic fest, um respondente relacionou o espectador com sua cultura, afirmando que ambos se influenciam mutuamente, tendo efeitos na definição da identidade do espectador:

Você não vai achar ninguém no Fantastic Fest que não ame os filmes obsessivamente. E as pessoas amam obsessivamente filmes que muitas outras pessoas não assistiriam. A cultura define o fã e o fã define a cultura. É uma relação simbiótica que existe eternamente. Entende? Eu serei esta pessoa até eu morrer. (Brian Kelley – Fantastic Fest)

De acordo com um entrevistado, conviver durante o festival com fãs tão dedicados ao gênero torna ainda mais interessante tal experiência:

A coisa que eu mais amo neste festival é a quantidade de fãs que vem aqui e tem muitas pessoas que só querem ver bons filmes. E é um festival de horror, é um festival de gênero, então você tem fãs *hardcore*. É muito bom ver um filme de horror com uma sala cheia de fãs que estão colados na tela. Isso não acontece com frequência e é muito bom. (Peter – Fantastic Fest)

Para exemplificar o fanatismo dos espectadores, um dos respondentes citou uma sessão do 4º Fantaspoa na qual seria exibido pela primeira vez o filme que encerrava a maior trilogia do cinema de horror nacional (o filme em questão, Encarnação do Demônio de José Mojica Marins, também conhecido como Zé do Caixão, demorou 30 anos para ser realizado). Segundo o respondente, a sessão estava lotada e todas as pessoas haviam assistido aos filmes anteriores e aguardavam ansiosamente por aquele momento. Na opinião deste respondente, este exemplo define o comportamento de um fã. Por fim, cabe considerar que o fanatismo percebido pelos espectadores do festival não ocorre somente durante o período do evento em si, mas ao longo de todo o ano, como mencionado pelo respondente abaixo:

Eu tenho muitas conversas diariamente que começam falando sobre Fantastic Fest e isso acontece 365 dias por ano. Não lembro de um dia que passe sem alguém mencionar o Fantastic Fest. Se você não está no Fantastic Fest, você está esperando o Fantastic Fest acontecer, porque aí é que todo mundo se junta e temos os 8 melhores dias de cada um dos nossos anos. (Brian Kelley – Fantastic Fest)

6.9.5 A incorporação das influências do cinema de gênero e do festival na identidade

Conforme abordado na revisão bibliográfica, atualmente a identidade dos indivíduos não é mais fixa e estável como era antigamente. Conceitos tais como múltiplas identidades, representações de papéis e identidades situacionais são abordados com frequência (ver capítulo 6). Tendo por base as entrevistas e o

processo de observação participante, pode-se considerar que, similar ao conceito de identidade-para-o-mercado (indivíduos que se definem pelo consumo de determinados bens) e ao consumo de sinais simbólicos, durante os festivais, a parcela dos espectadores mais assíduos desenvolve o que poderia ser denominado de “identidade-para-o-festival”.

A “identidade-para-o-festival” não se limita somente ao espectador ser um “heavy user” do festival, ou seja, assistir ao máximo de filmes possíveis. Afinal, isoladamente esta prática pode ser considerada apenas um comportamento particular. Esta identidade também engloba, portanto, um maior interesse em interagir e iniciar conversas, mesmo que com estranhos, seja nas filas ou dentro do cinema. Tais espectadores optam por desconsiderar outras preferências (por exemplo, esportivas, políticas e religiosas), que outrora poderiam ser motivo para afastamento, e interagem tendo como motivadores a cinefilia e o interesse pelos filmes exibidos.

Pode-se inferir que esta aproximação ocorre devido ao interesse comum, ou seja, ao interesse no cinema fantástico, fenômeno que não se percebe em outros tipos de festivais. Nos dois casos estudados, pode-se concluir que o foco no cinema fantástico contribui para a interação dos indivíduos e para a aceitação mútua. Cabe considerar, conforme abordado por um dos respondentes que os espectadores percebem-se entre iguais. Além disso, neste grupo são prioritariamente valorizados o interesse e conhecimento sobre cinema, em detrimento de outras características, consideradas até superficiais, tais como aparência e popularidade. De acordo como depoimento de um respondente do Fantastic Fest, pessoas que buscam se destacar pela aparência (usando roupas de marca e acessórios chamativos) não conseguem se integrar ao restante do público. Este mesmo respondente utilizou a expressão “acampamento de férias para nerds” para explicar que o evento destina-se especificamente aos fanáticos por cinema.

Ao comentar sobre a composição da identidade, uma respondente mencionou que a continuidade do consumo de um evento (como o festival de cinema) pode ser justificada pela satisfação dos espectadores em participar deste evento. Esta presença contínua, por sua vez, agrega características à identidade do espectador. Portanto, ao se identificar com os demais participantes, ele tende a frequentar o festival continuamente, assim como o encontro com outras pessoas com identidade semelhante, conseqüentemente, fortalece a sua própria identidade, que muitas

vezes não é exercida fora do festival, conforme depoimentos a seguir:

O Draffhouse para mim obviamente representa uma grande parte da minha identidade, pois ele teve um grande impacto na minha vida, principalmente nos últimos 3 anos. Então eu acho que é um local que permite que nós sejamos 100% geeks e cinéfilos. É algo é admirável, ao invés de você ter que esconder... Então eu definitivamente acho que, em algum nível, existe um aprimoramento da identidade de alguns de nós devido ao Fantastic Fest. (Brian Salisbury – Fantastic Fest)

Esta é a única semana do ano na qual eles se abrem e ficam confortáveis junto com um grande grupo de pessoas. Quer dizer, parte de ser um nerd obsessivo por filmes é que você se tornar uma pessoa pouco sociável, mas aqui todo mundo é. Não tem barreiras.

(Lars e Zack – Fantastic Fest)

É perceptível, portanto, que os festivais estudados atendem a um público interessado no produto oferecido por estes eventos, ou seja, interessado no cinema fantástico. Pode-se afirmar ainda que este público possuía uma carência de eventos como estes. Tais indivíduos possuem uma identidade latente, mas que não é mostrada, seja por falta de interesse das outras pessoas, por constrangimento, ou pelas pessoas sentirem-se deslocadas. Entretanto, nos festivais estudados, as pessoas estão entre seus iguais, elas se sentem confortáveis em exercer sua identidade-para-o-festival. Estes eventos criam, durante um determinado período, um local propício para a expressão livre de preconceitos deste público específico.

Segundo os respondentes, a maior influência destes festivais na formação da identidade ocorre junto ao público entre 15 e 18 anos de idade. Uma respondente menciona que, para o público jovem frequentador do Fantaspoa, a experiência de assistir aos filmes do festival pode influenciá-los em suas futuras preferências por gêneros de cinema e contribui para a formação de sua identidade. Alguns respondentes dissertaram de forma específica sobre identidade, como no seguinte depoimento:

Eu acredito que tudo que a gente faz acaba construindo um pouco a identidade, e um festival de proporções como um festival de cinema - como está crescendo cada vez mais também o Fantaspoa - acredito que isso ajuda um pouco a construir a identidade das pessoas sim. (João – Fantaspoa)

Quanto às características que identificam o fã destes festivais, foi informado por um respondente que, ao incorporarem a adoração por cinema de gênero, os espectadores também incorporam o estereótipo “nerd”, ou seja, pessoas descritas, de forma depreciativa, como exclusivamente interessadas em atividades intelectuais, em detrimento do convívio social. Geralmente têm preferência por livros, revistas em quadrinhos, videogame e rock, ao invés de buscar atividades mais populares e que facilitam a socialização.

O tópico da incorporação de símbolos para a expressão visual da “identidade-para-o-festival” foi abordado somente no Fantaspoa. Além disso, segundo uma respondente, os espectadores do Fantaspoa têm uma aparência que se relaciona fortemente com o festival, diferentemente de qualquer outro evento cinematográfico em Porto Alegre. Por exemplo, foram feitos comentários a respeito da presença de diversas pessoas com tatuagens e piercings e, segundo dois respondentes, há a tendência entre os espectadores a se vestir de preto. Os depoimentos abaixo ilustram esta questão:

Mas o público mais forte mesmo é a galera que curte terror, que incorpora mesmo, que é muito fã, muito alucinado isso. Incorpora na indumentária, no cabelo, nas músicas que ouve, nos posters, no quarto, enfim. Nos lugares onde vai. Essas coisas todas. (Daniela – Fantaspoa)

Querendo ou não a pessoa acaba... trazendo pra si, pro seu físico, alguma coisa que te leva a saber do que ela gosta e do que ela não gosta... se ela já está um tempo curtindo aquilo ela vai involuntariamente comprar uma camiseta, vai comprar um button, ela vai usar um cabelo igual ao do diretor, do ator principal do filme que ela gosta... Eles vão falar do Hitchcock, vão falar pra ti do Tarantino, do Gordon... Eventualmente tu vai escutar alguma coisa que vai te remeter a saber que aquela pessoa é um fã, é um fã de gênero em geral. (Carol – Fantaspoa)

De maneira similar, outro respondente cita o exemplo de pessoas que se inspiram na temática dos filmes para comprar – ou até mesmo customizar e desenhar – roupas ou, ainda, que utilizam acessórios que remetem aos filmes que mais gostam. Algumas marcas, tais como a *Threadless* nos Estados Unidos, possuem inúmeras estampas relacionadas aos filmes ou à temática do festival. Estas camisetas são costumeiramente usadas pelos espectadores de ambos os eventos. Através destes elementos visuais, tais indivíduos pretendem expressar a

sua “identidade-para-o-festival”.

Enquanto alguns respondentes abordaram a incorporação de peças de vestuário e opções estéticas (modificação corporal e tatuagens) como formas utilizadas para expressar a “identidade-para-o-festival”, outros comentaram sobre a mudança de profissão e até mesmo de a cidade de moradia. Um dos respondentes do Fantastic Fest afirmou que o festival exerceu papel extremamente relevante em sua vida, pois definiu praticamente toda o seu relacionamento social a partir dos seus 25 anos, quando ele se mudou para Austin em função do cinema. Ao falar sobre a influência dos festivais estudados no lazer e na vida profissional de seus participantes, dois respondentes declaram:

Tem pessoas que eu conheço que começaram a escrever, por exemplo, investir em contos de horror, após frequentar o Fantaspoa. Você vê gente descobrindo coisas sobre si, e descobrindo talentos para... Eu acho que sim, acho que fortalece muito a personalidade das pessoas. (Cristian – Fantaspoa)

Eu comecei a escrever sobre cinema na internet em diversos sites de boa reputação e o Drafthouse para mim representa um portal que não apenas rejuvenesceu o meu amor pelo cinema, mas também que fez esta paixão se tornar uma carreira. Algo que eu sempre quis ir atrás, mas que eu não havia me dado conta até o festival. Então, mais do que apenas um festival de cinema para mim, o festival é um grande ponto de virada na minha vida, mudando a cidade onde eu vivia o que eu fazia e o que eu poderia fazer como carreira a longo prazo. (Brian Salisbury – Fantastic Fest)

6.10 INTERAÇÃO E COMUNIDADE

6.10.1 A interação e o desenvolvimento de comunidades

Os festivais analisados, segundo seus espectadores, são ambientes propícios para a interação entre os participantes. Para alguns respondentes do Fantaspoa, esta interação deve-se também às afinidades culturais dos frequentadores, mas principalmente à existência destes festivais, pois estes são eventos dedicados ao

cinema de gênero, sua temática de adoração. Uma vez que são encontrados nestes eventos outros indivíduos com mesmo grau de entusiasmo pelo tema, desenvolve-se um sentimento de aceitação que tende a favorecer ainda mais a convivência e a troca de experiências durante os festivais. Esta questão é exemplificada pelos depoimentos abaixo:

Eu acho que existe uma cultura disseminada... Têm-se uma cultura, eu acho que partilhada por muitas pessoas, sendo que essas pessoas às vezes não se conhecem. (João – Fantaspoa)

E tem algumas pessoas que... quando elas se encontram num reduto onde estão entre “os seus”, entre “iguais”, eu acho que realmente forma-se união. Tu vai num festival que tu vai encontrar um monte de pessoas que também adoram filmes de horror, tu vais te sentir muito bem, tu não vai te sentir recriminado naquele meio... (Cristian – Fantaspoa)

Já no festival norte-americano, um dos entrevistados ressaltou a importância da interação social durante estes eventos ao afirmar ter iniciado amizades e ter socializado com pessoas que até então ele não conhecia. A interação é considerada muito importante para os espectadores. Foram citadas como oportunidades favoráveis à interação os intervalos entre filmes, onde se espera em fila para entrar nas salas de projeção, e as festas e o tempo interagindo em outros locais (como bares e restaurantes) após as sessões. Através desta interação, os espectadores percebem-se como ativos participantes do evento:

Na maior parte, são pessoas que se importam mesmo com estes filmes que se juntam e eles passam o festival inteiro assistindo filmes, falando sobre filmes. Conhecendo estas pessoas, posso dizer que têm pessoas que têm “amigos do Fantastic Fest” e eu acho que a principal diferença é que isso aqui é divertido. Se trata do convívio, é uma ótima maneira para as pessoas se juntarem, interagirem e curtirem os filmes. (Lars e Zack – Fantastic Fest)

A interação gera uma rede de contatos que permite que os envolvidos aprofundem seu interesse e seu conhecimento pelo tipo de cinema exibido nestes festivais. Durante o convívio social no festival, os participantes trocam informações e opiniões sobre as obras cinematográficas e a carreira de seus realizadores:

Essa interação converge de uma maneira muito profunda... se tu gosta de uma coisa tu não fica com ela só pra ti. Tu não vai estudar só lendo artigos científicos, ou... tu vai ler uma revista que foi escrita por alguém que vai te

interessar e tu vai encontrar uma pessoa que também se interessa e isso vai formando uma teia. (Adriane – Fantaspoa)

Outro entrevistado comenta sobre diferentes tipos de interação que podem ocorrer no festival:

Eu já vi pessoas se conhecerem na fila e andarem juntas pelo resto do festival. Porque as pessoas estão curtindo e é uma maneira de ter uma amizade casual. Eu vi pessoas que vieram em anos anteriores e voltaram agora e se reencontram. E aí você ouve conversas do tipo “o que você tem feito?”. Eu também já vi pessoas que são de diferentes países que se reencontram com pessoas que conheceram anos atrás, por motivos totalmente diferentes. Isso chega a ser divertido. Têm algumas pessoas aqui que eu conheci e que se tornaram minhas amigas e nos conhecemos fora do Draffhouse, mas isso é uma boa desculpa para nos reunirmos... O festival funciona como um microcosmo. (Tony – Fantastic Fest)

6.10.2 A interação entre realizadores e público

A interação entre os realizadores das obras cinematográficas exibidas nos festivais e os espectadores foi apontada como um diferencial dos festivais por dois respondentes no Fantastic Fest e por cinco respondentes no Fantaspoa. Diferentemente de outros festivais de cinema em que há total separação entre o público e os integrantes das equipes de trabalho dos filmes (sejam eles diretores, atores ou produtores), no caso dos festivais de cinema estudados, há proximidade entre espectadores e realizadores. Com este contato, os espectadores desejam tomar conhecimento sobre detalhes da produção dos filmes, sobre próximos projetos com a mesma temática ou sobre dados históricos e curiosidades da carreira dos cineastas. Já no caso dos realizadores, existe receptividade para diálogos com os espectadores, pois há interesse em divulgar seu trabalho e captar as reações do público de forma que sejam validadas ou questionadas determinadas características dos filmes, por exemplo, personagens e diálogos. Uma vez que ocorrem trocas entre ambas as partes, as conversas informais são frequentes e profícuas.

Um dos entrevistados ressaltou o quão rara é a oportunidade de conversar com um diretor de cinema em ascensão como aqueles que frequentam o Fantaspoa.

Além disso, os festivais permitem que o público tenha contato com diretores e artistas idolatrados, conforme o exemplo abaixo:

Pra mim, que sou fã de horror, eu tive a oportunidade nessa semana de... ter contato com o Stuart Gordon, que é um diretor que fez... filmes que eu vi quando era criança, que eu nunca ia imaginar que eu fosse ver o cara na minha frente. Ter a oportunidade de conversar com ele. Então isso aí é genial, pra quem é fã. Eu acho que é um diferencial. E além do festival trazer esses diretores, esses diretores se mostraram extremamente acessíveis ao público, sabe? Você vê que eles não vêm com uma postura de “sou uma estrela, sou um diretor, não me toque”, não. E isso te surpreende muito positivamente. Acho isso aí super legal. (Juliana – Fantaspoa)

Também foi mencionada a interação entre diretores consagrados e diretores em início de carreira. É interessante ressaltar que os próprios diretores comparecem aos festivais para interagirem entre si e não somente com o público. Assim, eles trocam informações, debatem, influenciam-se mutuamente e podem formar parcerias para trabalhos futuros ou colaborar na divulgação do trabalho dos colegas.

Os festivais estudados proporcionam, portanto, que espectadores com preferências culturais similares se conheçam, além de facilitar o encontro destes com diretores, sejam eles estreantes ou celebridades idolatradas, como Roger Corman e Stuart Gordon. Uma característica valorizada por três respondentes do Fantastic Fest é que, apesar do grande porte do evento, ainda assim há proximidade e a acessibilidade para interação entre os diversos participantes do evento (público, convidados e organizadores). Exemplo disso é o fato de que grandes atores de Hollywood quando presentes não são incomodados por pedidos ostensivos para autógrafos ou fotografias. Além dos espectadores e dos diretores, os respondentes também fizeram referência à presença de reconhecidos críticos de cinema e como eles estão dispostos a interagir com o público em geral de maneira descontraída e receptiva.

6.10.3 O festival como local de encontro

O festival é considerado um local de encontro onde se desenvolvem relações

que podem gerar comunidades. Existem pessoas que frequentam muito o festival e que mantêm contato entre si e são percebidas como um grupo ou uma comunidade. Também se observa que as interações, sejam elas entre público, entre realizadores ou entre público e realizadores, se iniciam com muita facilidade durante os festivais. Além disso, elas não necessariamente são limitadas ao período do festival. Um exemplo desta interação e do significado do festival enquanto local de encontro é abordado a seguir:

O festival é um lugar legal pra tu levar, por exemplo, o cara que já tem conhecimento do gênero, e levar amigos que não têm o conhecimento para ver filmes, porque se cria um ambiente propício pra conversa. A gente vê quando as sessões acabam, além da sessão comentada, de ouvir o diretor, muitas turminhas se formam pra ir pra bares aqui perto, conversar e tal.
(Felipe – Fantaspoa)

Vários respondentes mencionaram que após as sessões do festival costumam ir a bares, lanchonetes e restaurantes a fim de continuar conversando sobre o festival e sobre os filmes. Outra jovem respondente mencionou ter sido abordada, fora do ambiente do cinema, por uma senhora de idade, para ela desconhecida, a qual tinha interesse em conversar com ela a respeito do filme que haviam acabado de assistir.

É válido considerar que a interação não se limita ao período do festival. Esta interação também acontece posteriormente, por exemplo, quando dois amigos comentam sobre um filme já assistido por ambos, ou previamente ao evento *per se*, pois parte dos espectadores costuma elocubrar com seus amigos a respeito de quem serão os convidados ou qual será a programação da próxima edição ou, ainda, compartilhando informações sobre os filmes aos quais pretende assistir.

Conforme depoimento de um respondente do Fantaspoa, muitas vezes o festival torna-se o pretexto para se iniciar uma interação social entre seus frequentadores, seja por criar a oportunidade de encontro, ou seja, por haver uma temática de interesse mútuo:

Suponho que as pessoas, por estarem reunidas em um espaço que tem algumas características comuns a elas, já estão mais dispostas a formar amizades... Eu acho que por estar em um festival as pessoas, primeiramente vão puxar assunto com alguém desconhecido, alguém que está na fila, alguém que está por aí. Elas vão falar sobre o festival, comentar alguma coisa de uma sessão, que vai ter algum diretor presente... Eu acho

que fiz alguns contatos, conheci pessoas que agora são minhas amigas pelo Fantaspoa, pelo menos a relação se fortaleceu pelo Fantaspoa, porque há um interesse em comum, porque facilita pra se juntar. (Guilherme – Fantaspoa)

Um entrevistado mencionou que durante o festival há um ambiente bastante agradável e, por isso, ele se sente à vontade com os demais frequentadores. Observa-se eventualmente, durante os intervalos entre sessões, que pessoas, a partir de um comentário feito por um outro grupo próximo de pessoas, iniciam uma conversa, apesar de não terem sido formalmente apresentadas. Fatores que certamente favorecem o início da socialização são o repertório semelhante de filmes assistidos e os intervalos entre as sessões. Um entrevistado informou que tem conhecimento de amizades e também relacionamentos amorosos que se iniciaram durante o Fantaspoa, devido à afinidade dos frequentadores.

Um dos entrevistados mencionou que a amizade iniciada no festival se amplia para fora do ambiente do festival, podendo influenciar os indivíduos, seja no modo de falar, na maneira de se vestir e, principalmente, nos filmes assistidos. Segundo a opinião deste mesmo entrevistado, isso ocorre devido à formação de grupos de amigos e não especificamente devido ao festival. No entanto, o festival seria o meio pelo qual se forma este grupo. Neste sentido, o festival pode inclusive ser considerado como um influenciador da *peer pressure*. De acordo a literatura, *peer pressure* é o preço da admissão em um grupo. O indivíduo que se insere em um certo grupo adapta seus hábitos aos demais membros e, de maneira intencional ou não, ele incorpora as características dominantes dos outros membros para criar as suas próprias características (CLASEN e BROWN, 1985).

A formação de grupos de amigos e a interação foram inclusive mencionadas por um dos respondentes como sendo as responsáveis pela continuidade do festival porto-alegrense, pois a busca pelos filmes em si poderia ser sanada através de outras mídias, mas não a busca pelo relacionamento que é proporcionado pelo festival.

Também é pertinente a consideração de outro entrevistado sobre o fato do Fantaspoa concentrar as sessões de cinema em uma mesma zona da cidade – o centro de Porto Alegre – facilitar o encontro e a interação das pessoas. O reencontro de pessoas que já se conhecem também é apontado como responsável pela

formação de comunidades, que se desenvolvem, não somente em uma edição, mas ao longo de várias edições do evento, sendo complementadas pelo contato via internet durante o restante do ano. Ambos os tópicos foram abordados no depoimento abaixo:

Quando eu venho pro Fantaspoa eu sempre sei que vou encontrar um grupo de pessoas que eu não encontro fora daqui... então o Fantaspoa é uma oportunidade de reencontrar esses amigos... Eu acho que o Fantaspoa cria duas comunidades: pessoas que se conhecem já há tempo e se juntam no Fantaspoa pra conversar “como é que tá?” trocar novidades e informações; e uma outra comunidade de gente que está começando aquilo... os dois grupos se conhecem e começam a trocar ideias uns com os outros, e eu acho extremamente importante que isso aconteça... porque formam-se novas amizades, mantem-se viva... essa troca de experiências entre os filmes... Para mim a melhor coisa do Fantaspoa é isso - é calor humano e tudo perto, as coisas... as pessoas podem sair de um cinema e ir pro outro. Não há preço que pague isso, num festival. (Felipe - Fantaspoa)

O festival também é percebido como local de encontro pelos respondentes do *Fantastic Fest*. Como as atividades no festival norte-americano são intensas, começando pela manhã e se prolongando até a madrugada, durante oito dias consecutivos, a maioria dos espectadores coincide este período com suas férias ou folgas do trabalho, alguns deles também viajam para Austin, cidade sede do festival. Assim sendo, existe uma empatia significativa entre os espectadores, conforme comentado por uma respondente, pois subentende-se que em geral os frequentadores dedicam esta semana para assistir aos filmes do festival, e, portanto, possuem um nível equiparado de interesse pelo tema.

A questão do tempo dedicado ao evento foi abordada também por outros respondentes. Um deles comentou que considera a semana do festival o momento do ano no qual se passa mais tempo na companhia de amigos, sendo, por isso, um momento para reafirmar e intensificar amizades. Um entrevistado mencionou que costuma relacionar as pessoas conhecidas através do festival com os filmes assistidos com esta pessoa. Para ele a lembrança do momento compartilhado em edições anteriores do festival é mais relevante do que informações sobre a pessoa em si. Um dos respondentes acredita que o festival não é capaz de criar uma comunidade, mas, sim capaz de expressar os desejos de uma comunidade pre-existente:

Quando eu venho para este festival, eu venho e eu fico com pessoas que eu já conheço, aqui de Austin, que já são meus amigos. Nós temos interesse no mesmo tipo de coisa... então, sim, de uma maneira, o festival pode ser visto como uma expressão da nossa comunidade, mas ele não cria uma nova comunidade para mim. Esta já é a minha comunidade, entende? Espero que eu possa conhecer mais pessoas e expandir o alcance desta comunidade. Mas eu sei que tem gente que conhece pessoas de outras cidades e acabam se dando bem... depende de como você quer que o seu círculo de amigos seja. (Blake – Fantastic Fest)

Alguns frequentadores comparam a comunidade do festival com uma família, evidenciando, assim, o grau de importância da socialização ocorrida durante estes eventos. A intensidade da interação e o nível de intimidade que a comunidade do festival atinge para os espectadores fãs do evento é evidenciada no seguinte depoimento:

Pessoalmente este festival significa para mim um evento realmente familiar. Todo mundo aqui é fantástico, eu fiz tanto novos amigos, assim como mantive o relacionamento com pessoas que conheci nos festivais de anos anteriores. Este festival cria uma comunidade e uma família. (Jason White – Fantastic Fest)

Alguns respondentes utilizaram o termo “amigos do festival” ou, mais especificamente “amigos do Fantaspoa” e “amigos do Fantastic Fest”, para fazer referência às pessoas conhecidas e reencontradas durante estes eventos, com as quais se possuem afinidades e um vínculo emocional, mesmo que este não se manifeste fora do ambiente do festival. Neste tópico, uma das respondentes brasileiras mencionou que sente grande afeição por pelo menos uma dezena de pessoas com as quais ela interage apenas durante o evento. Segundo ela, os reencontros a cada nova edição do festival são sempre bastante celebrados. Sobre seus “amigos do festival” moradores de outras cidades, um respondente comentou:

É o hábito que faz com que a pessoa faça essas relações de amizade, como se fosse um “point” mesmo, um lugar que se encontram - um momento de se encontrar. Então eu imagino que as pessoas vão para suas vidas, cada um para seu lugar, mas chegam estas semanas e as pessoas vêm para POA pra se encontrar e ver, pra comentar. (Jaime – Fantaspoa)

Já outro respondente fez uma analogia entre uma colônia de férias e o festival

para explicar as características da comunidade formada no festival:

Tu acaba criando uma comunidade que é assim... é tipo aquelas colônias de férias de filme americano, que os caras vão lá, ficam aquele período e depois não se vêm e voltam pra lá no outro ano e é aquela festa, aquela farra, e tal... E eu acho que sim... acho que cria uma comunidade sim: fãs e amigos do Fantaspoa. (Felipe – Fantaspoa)

No Fantastic Fest, também se verifica uma situação similar quanto à formação de comunidades, conforme exposto nos depoimentos abaixo:

Em Austin, nós nos chamamos de Austinetes, existe um grande grupo de pessoas e todos se conhecem aqui do Fantastic Fest e das sessões do Alamo... mas também vejo pessoas que se conhecem só por falar sobre o Fantastic Fest na internet e eles nem se conhecem até chegar aqui. Algumas só se vêm aqui, mas tem um bom relacionamento virtual pelo resto do ano. (Jette – Fantastic Fest)

Há diversas pessoas que vêm ao Fantastic Fest que se tornaram amigas durante o Fantastic Fest e outros eventos similares. Você pode chamá-los de “A Máfia do Festival” ou algo assim. E eles são as pessoas que se conhecem e mantêm contato ao longo do ano todo, através das redes sociais e coisas assim. (Lars e Zack – Fantastic Fest)

O nível de interação proporcionado pelo festival texano fica evidente no depoimento abaixo:

É mais que isso. Essas pessoas vão ficar bêbadas juntas, vão sonhar juntas. Uma das coisas que adoramos são as sessões surpresas, que fazem as pessoas tentarem adivinhar, sonhar e conversar sobre possíveis filmes, sabe? E eu já vi várias amizades nascerem aqui. Eu vi pessoas virem para o Fantastic Fest que ficam na casa de outros espectadores, porque nós somos uma comunidade hospitaleira. E se você está vindo para o Fantastic Fest a partir de qualquer parte do mundo, você pode simplesmente postar no blog do Fantastic Fest ‘vou para o festival e preciso de um lugar para ficar’, você provavelmente vai ser adotado, porque aqui em Austin nós adotamos as pessoas. Acho que essa é a diferença entre nós e muitos festivais de cidade grande. Nós gostamos de pessoas e não temos medo de dividir um pouco das nossas vidas com elas, mesmo que seja só por uma semana de filmes loucos, em um cinema louco, em uma cidade louca. (Harry – Fantastic Fest)

Ainda quanto à interação, houve menções ao fato de ser divertido conhecer pessoas novas. Outros respondentes acrescentaram que o festival torna-se importante, pois através dele é possível conhecer pessoas, assistir aos debates e interagir com os realizadores dos filmes, assim, aprimorando o conhecimento e aumentando o repertório cinematográfico enquanto espectador.

6.10.4 Motivadores da Interação

Diferentes motivos foram apresentados pelos espectadores para explicar a interação durante os festivais. Um entrevistado acredita que se desenvolve uma forte ligação devido à apreciação ao festival compartilhada pelos espectadores. Esta ligação, por sua vez, favorece a interação e, como são identificadas preferências similares no que se refere ao cinema, o indivíduo percebe-se socialmente aceito e integrado, conforme abordado por um respondente:

Isso tudo se junta e você está vendo filmes com pessoas que pensam como você e todos vocês estão curtindo isso junto. Mesmo se você tiver um ótimo projetor na sua sala de estar ou se você tiver a melhor televisão, não é a mesma coisa. (Tony – Fantastic Fest)

A experiência do festival torna-se tão marcante que mesmo em ambientes alheios ao festival ela pode ser utilizada como assunto para se iniciar uma nova interação social, como no exemplo a seguir:

Tem muita camaradagem aqui no festival... os filmes são uma espécie de veículo que conduz esta experiência comunal para um grupo de pessoas... Em qualquer lugar que você for, se você vir alguém usando uma camiseta do Fantastic Fest, vocês imediatamente podem iniciar uma conversa e falar sobre a sua experiência e o que aconteceu em determinada sessão. Pois é uma experiência profunda, que fica conosco por anos e anos. (Carolee – Fantastic Fest)

No festival brasileiro a familiaridade entre os espectadores também favorece o início da interação social. Diferentemente de uma sessão de cinema em uma sala comercial, onde o ambiente é mais impessoal, nos festivais estudados são

frequentes as conversas, mesmo entre espectadores que não se conhecem, pois há o entendimento de que, por estarem frequentando o mesmo evento, existe compatibilidade de interesses:

Assim, posso te dar um exemplo, às vezes, é até um lance meio assustador, mas têm uns loucos, sabe? Que tu só encontra no Fantaspoa... Às vezes eles nunca conversaram contigo e te puxam para conversar. Porque eles sabem... eles se sentem mais à vontade de fazer isso no Fantaspoa do que fazer numa sessão normal de cinema. (André – Fantaspoa)

A ideia que eu tenho assim é que sim, que o pessoal forma laços mais permanentes, né? Porque uma situação é tu estar numa sala de cinema [comercial], tem dezenas de pessoas ali que estão no mesmo ambiente, mas tu não sabe o nome de ninguém - nem está afim de saber, também. Vai ali, aquele monte de gente assiste ao filme, vai cada um pro seu lado depois... Mas aqui não, aqui a conversa já rola antes do filme... (Jorge – Fantaspoa)

Foi bastante citado o fato das pessoas considerarem o festival como uma opção de lazer em grupo. Em sessões do Fantaspoa, por exemplo, são facilmente identificáveis grupos de oito ou dez pessoas assistindo a um filme ou mais consecutivamente e comentando sobre tais filmes. Outra característica citada é a facilidade com a qual é possível ampliar a rede de contatos a partir da experiência do festival, como descrito no exemplo abaixo:

As pessoas que não se conhecem, acabam se conhecendo e trocando uma ideia. Aí, de repente chega o outro ano e você já cumprimenta a pessoa, já criou meio que... não um laço de amizade que é uma coisa mais complexa, mas você já criou um laço de afinidade com a pessoa. Você começa a se relacionar ali. Onde você já vê a pessoa, outra vez você linka a pessoa, poxa, a pessoa já tem uma empatia... Mesmo sendo pessoas completamente diferentes, você não vê nenhuma que tem um sentimento de afastamento. (Juliana – Fantaspoa)

Um dos respondentes utilizou o termo “amizade temporária” para descrever os relacionamentos de curta duração que ocorrem durante o festival e que não necessariamente evoluem para uma amizade duradoura. Tal fenômeno pode acontecer, pois o festival é um ambiente de alto envolvimento no qual podem surgir

relacionamentos intensos, ainda que não duradouros.

Um entrevistado considera que o público do Fantaspoa normalmente interage com mais frequência por meio da internet e das redes sociais virtuais (tais como os sites Twitter e Facebook) do que efetivamente por meio de uma oportunidade na qual aconteça o encontro real dos agentes desta interação. Para alguns espectadores, seja pelo escasso tempo dedicado a atividades sociais ao longo do ano, ou seja por timidez, o festival seria uma das poucas oportunidades para interagir “ao vivo”:

E eu acho que muito desse público que vai no Fantaspoa, é um público que tem uma vida virtual muito estimulada, muito ativa, mas eu acho que o contato humano próximo... de estar junto ao vivo, vivenciando uma experiência, discutindo e participando, eles não têm tanto essas oportunidades. (André – Fantaspoa)

A comparação entre a interação através de mídias virtuais e a interação no festival também foi abordada pelos respondentes do Fantastic Fest:

Nós vivemos em um mundo no qual todo mundo está interagindo através destes aparelhos ao invés de termos um contato ao vivo. O que nós realmente queremos fazer é criar um festival que seja um local no qual as pessoas convivam... Provavelmente, a pergunta mais comum que você ouve aqui é “qual a melhor coisa que você viu até agora?” (Harry – Fantastic Fest)

Um dos entrevistados do festival brasileiro informou que há muitas pessoas interagindo na internet, em diferentes redes sociais, tendo como tema o Fantaspoa. Os assuntos mais comuns são as combinações para se assistir junto a uma determinada sessão e os comentários sobre os filmes já assistidos no dia anterior. No caso do Fantaspoa, os comentários virtuais são verificados publicamente através dos sites de relacionamento Facebook ou Twitter, no caso do Fantastic Fest, isso ocorre em menor escala, porém, ocorre uma cobertura significativamente maior por parte de espectadores e críticos de cinemas em sites e blogs. Além disso, por meio da internet observa-se a tentativa de se convencer não frequentadores a comparecerem ao evento. Pode-se afirmar que alguns aficionados pelos festivais assumem o papel de “advogados da marca”. Conforme descrito por Christopher et al. (1991) e Peck et al. (1999), um advogado da marca pode ser definido como

alguém que recomenda a marca ativamente para os demais, fazendo marketing pela marca. Já Schultz (2000) define advogados da marca como clientes comprometidos com laços emocionais que demonstram um alto nível de envolvimento:

...eu acredito que o público de filmes de terror é um público meio fiel... Eu trouxe muitos amigos pra cá, por exemplo. E eu conheço muita gente que também trouxe outros amigos pra cá, então acho que essa potencialização, uma pessoa trazendo a outra, acaba trazendo mais sucesso. (João – Fantaspoa)

A interação durante os intervalos de filmes no Fantastic Fest hoje em dia é ainda mais incentivada, pois as pessoas não precisam mais ficar de pé em uma fila, como ocorria até o ano de 2010. A partir de 2011 a entrada nas salas de exibição foi organizada de forma similar a qual ocorre o embarque de passageiros em aviões comerciais. Os ingressos para uma determinada sessão são numerados sequencialmente na ordem em que foram retirados. Minutos antes da sessão, os organizadores convidam os espectadores a entrar na sala de acordo com a numeração de seus ingressos. Por exemplo, os primeiros a serem chamados são os números de 1 a 50, após os números de 51 a 100 e assim sucessivamente. Dessa forma o público pode aguardar o início da sessão, conversando e interagindo com seus amigos, maximizando seu entretenimento e a experiência do festival, ao invés de ficar em uma fila regular.

Todos os filmes do Fantastic Fest começam e terminam em horários similares, de maneira que os intervalos entre os filmes exibidos nas cinco salas também aconteçam simultaneamente. Esta proximidade também facilita a interação com os demais espectadores, pois todos permanecem nos arredores do cinema esperando o próximo filme, o que favorece o contato social, conforme se percebe no exemplo abaixo:

O que se destaca para mim no Fantastic Fest é o mesmo que se destacou desde a primeira vez que eu fiquei na fila, naquela época que o Fantastic Fest tinha filas para todas as sessões. Eu estava na fila e todas as pessoas ao meu redor queriam conversar comigo sobre o que eu havia visto, o que era bom, o que eu queria ver... Enquanto em outros festivais em que eu participei as pessoas só ficavam entrando e saindo das sessões. (Brian Kelley – Fantastic Fest)

Como mencionado anteriormente, os espectadores do Fantastic Fest se

declaram como “apaixonados”, ou seja, aficcionados por cinema em geral ou, mais especificamente, por cinema de gênero e pelo evento. Devido a este fato, diversos respondentes consideram o festival importante porque através dele é possível expressar esta intensa adoração pelo cinema de forma coletiva, afinal outros participantes compartilham, compreendem e apoiam este sentimento de adoração.

6.10.5 Consequências da Interação

Alguns entrevistados consideram o festival um ambiente de intensa atividade criativa e cultural e que este pode colaborar na geração de novas produções, nacionais ou internacionais e na aproximação de profissionais da área cinematográfica, que podem vir a trabalharem juntos no futuro. Dois casos ocorridos no Fantaspoa exemplificam isso. O primeiro, no qual o diretor do filme de abertura da quarta edição do festival porto-alegrense conheceu no evento pessoas que participaram do seu projeto seguinte de longa-metragem, o qual estreou como filme de abertura da sétima edição do mesmo evento. E o segundo, de um diretor norte-americano que conheceu um ator argentino no festival e contratou-o para participar de seu próximo longa-metragem. A interação nos festivais também é considerada como fonte de informação e de influências para aqueles que trabalham na área de cinema:

Eu posso ver esses filmes, conhecer os cineastas e falar com eles, ver quais são as técnicas que eles usam, descobrir quais são as diferenças e similaridades, fazer contatos e *networking* e tentar conseguir trabalho, para mim ou para eles. (Tyler – Fantastic Fest)

Tem alguns cineastas que estão aqui para assistir filmes junto com outros cineastas e fazer novos amigos, ter novas ideias e sintetizar tudo isso em fantásticos trabalhos novos. (Caleb – Fantastic Fest)

Outra consequência da interação durante os festivais é o desenvolvimento de novas amizades. Estas amizades se desenvolvem mesmo quando as pessoas envolvidas moram em cidades distintas. A amizade é mantida através do contato via internet e viagens. Uma respondente, proveniente de São Paulo, afirmou que iniciou

uma amizade com outro espectador do Fantaspoa que mora, por sua vez, em Belo Horizonte. Após o festival, eles organizaram uma viagem para o Rio de Janeiro a fim de participar de outro evento. Já outra respondente, moradora de Porto Alegre, conheceu uma espectadora paulista da qual se tornou amiga e com a qual ela viaja frequentemente para comparecer a eventos musicais, pois ambas são fãs de uma mesma banda.

No Fantastic Fest, como o festival atrai muitas pessoas de outros estados americanos, o número de espectadores que não é morador de Austin é significativo. Uma das respondentes menciona que a amizade que inicia no festival, não se limita ao festival. Após o contato no festival eventualmente ocorrem viagens particulares para visitar e manter contato com os participantes do festival com os quais se desenvolveu afeição. Outra respondente informou que recebe estrangeiros em sua casa durante o festival e que eventualmente também é recepcionada por estes estrangeiros quando viaja aos seus países de origem. Tais depoimentos indicam que o evento colabora na criação de amizades duradouras, apesar da distância geográfica.

Tem pessoas aqui que eu só conheço por causa do Fantastic Fest e que eu vejo apenas uma vez por ano. Mas eles se tornaram nossos amigos, eles vem de Londres. Este é o 3º ou 4º ano deles aqui e eu nunca os teria conhecido de outra maneira. E eles ficam lá em casa e a gente convive. Este é o único período no ano inteiro no qual eu os vejo e é totalmente uma comunidade. Você pode começar uma conversa a qualquer hora, estando na fila ou sentado. É um elo de ligação que nós temos. (Tara – Fantastic Fest)

6.10.6 Sobre a Comunidade

Assim como qualquer outra comunidade, as comunidades formadas nestes festivais possuem detalhes que as caracterizam. É válido destacar que o termo é utilizado no plural, pois não é uma comunidade única. Existe uma comunidade mais ampla, abordando todos os espectadores, e diversas pequenas comunidades, que vão se formando com o passar das edições do festival, por interesses em comum. Ou seja, as pequenas comunidades de interesse (pessoas que preferem os

clássicos, pessoas que frequentam o festival pelas novidades, pessoas que têm uma idade em comum, etc...) todas estão agrupadas e constituem a comunidade maior composta pelos espectadores do festival em geral.

O festival dos Estados Unidos possui características que são diretamente vinculadas à cidade deste evento. Para um dos respondentes, o sentimento de se sentir acolhido pelo festival se deve em parte à população da cidade de Austin, que teria um comportamento mais liberal quando comparada com as demais cidades texanas. Uma vez criado um ambiente favorável à interação social, tem-se como consequência a formação de uma comunidade, conforme descrito no depoimento abaixo:

Nós somos uma cidade amistosa. Austin é uma cidade única, pois é a cidade mais liberal do Texas... Então é como se nós fôssemos uma grande comunidade aqui. Nós todos nos conhecemos. Eu conheço a maior parte das pessoas aqui agora, principalmente por este ser meu 4º ano no festival. É 100% uma comunidade. Eu tenho amigos que conheci 3 anos atrás que agora trabalham no festival. Todos nós nos conhecemos, todos conhecem Tim (o diretor do festival) e todos conhecem as pessoas que trabalham no Alamo. Nós curtimos muito juntos, então é uma comunidade bem grande.
(Q – Fantastic Fest)

Na visão de dois respondentes, a comunidade formada no Fantastic Fest é um grupo coeso de amigos que se consideram *heavy users* do festival e que apreciam intensamente o cinema. Um terceiro respondente complementou ao afirmar que o festival se tornou o centro da sua comunidade de amigos, tanto os de Austin, quanto os advindos de outras partes do mundo.

Esta adoração pelo Fantastic Fest não é compartilhada somente entre os fãs e espectadores, mas também entre aqueles frequentadores do festival que também participam da indústria cinematográfica. De acordo com os respondentes, os argumentos que justificam esta intensa afeição são o fato deste evento não ser elitista e de não existir separação entre eles – as celebridades – e o público, diferentemente do que acontece em outros eventos. Assim, sua participação nesta comunidade pode ser mais ativa.

Para um dos entrevistados, a comunidade formada no festival é temporária. No entanto, o vínculo afetivo criado pode ser mais duradouro:

Tem um senso de comunidade aqui e até mesmo, sabe, convivendo depois

das sessões, ou fora do cinema. É uma comunidade transitória. Mas, por exemplo, o elenco de um filme ou de uma peça também é uma comunidade transitória. Uma família transitória. Várias pessoas em uma peça se juntam por um tempo, não necessariamente física e intimamente, sabe. E ocorre uma intimidade partilhada, ao menos em um nível mental ou emocional. E eu acho que muitas amizades saem daqui e não apenas aquelas de Facebook. (Kevin – Fantastic Fest)

Portanto, a comunidade pode ser vista como temporária e limitada ao tempo do festival. No entanto, ela pode incentivar a formação de outras comunidades, pois mesmo que as pessoas morem em cidades ou países diferentes, elas conseguem manter um relacionamento ativo através de redes sociais na internet. Um respondente exemplificou a formação de novas comunidades a partir da comunidade do festival:

Pode não ser uma comunidade vigente o ano inteiro, mas também pode ser uma comunidade que as pessoas levam para casa e usam para formar outras comunidades. Talvez você more em uma cidade pequena que não receba muitos filmes de horror e talvez você possa levar a sua apreciação para casa e dividi-la com outras pessoas. É como o vírus da gripe, mas de uma maneira boa. (Jette – Fantastic Fest)

É perceptível que os eventos em questão têm um público cativo e crescente, composto por pessoas de diferentes países. Conforme comentado por um respondente do Fantastic Fest, não apenas o público é recorrente, mas também os colaboradores voluntários do festival e os cineastas que participam do festival ora como convidados, ora como espectadores. Esta assiduidade é evidência do alto envolvimento dos diferentes interessados com o festival e com o cinema fantástico, conforme descrito no depoimento a seguir:

Acabam formando grupos no Facebook, na internet, em geral. Acabam formando comunidades que trocam ideias e experiências que passaram no Fantaspoo e dependendo dos seus interesses surgem produções, surgem revistas, surgem zines, né? Sobre o cinema de horror, ficção... acho que o melhor lado do festival é esse, é conseguir unir estes fãs e fazer com que eles acabem produzindo algo em torno dessa paixão. (Cristian – Fantaspoo)

Além disso, diferentemente de outros tipos de festivais, os cineastas que participam dos eventos estudados são solidários com seus colegas de profissão. No

festival de Porto Alegre, eles assistem aos filmes dos demais convidados, mesmo que eventualmente não compreendam o idioma no qual o filme foi produzido. A maioria deles está sempre disposta a interagir, trocar informações e opinar sobre as obras cinematográficas.

Portanto, em ambos os festivais, ao invés de competição, percebe-se a cooperação. Este ambiente comunitário é descrito por um respondente:

Eu acho que este festival formou uma comunidade muito forte, a ponto de todo mundo na equipe e no time de programadores ser sociável... Mesmo se eles não morarem na mesma área, eles interagem uns com os outros em outros festivais e isso se tornou uma espécie de rede social que permite que o festival aconteça... Esta é a semana em que as pessoas passam intensamente juntas, então eu acho que com certeza existe um senso de comunidade partilhado neste festival. (Josh – Fantastic Fest)

Cinco respondentes compararam a comunidade dos festivais com uma família. Para um dos respondentes a comunidade do festival seria ainda melhor, pois, segundo ele, em uma família, pode haver desavenças, já no caso do festival todos possuem um relacionamento bom e agradável. Já outro espectador considera que o diferencial do festival é exatamente o aspecto comunal, sendo este aspecto incentivado pelos organizadores dos eventos e mantido pela maioria do público. Neste ambiente, pessoas que outrora sofrem *bullying* ou preconceito em seu meio social (*nerds*, *geeks* e similares) percebem um forte sentimento de aceitação, pois estão convivendo com pessoas semelhantes, como gostos e preferências similares e sentem-se valorizados, pelos mesmos motivos pelos quais são excluídos em outros ambientes (por exemplo, conhecer Klingon, uma das línguas faladas no filme Jornada nas Estrelas).

No Fantaspoa o sentimento de pertencimento a uma comunidade do festival não é tão recorrente quanto no Fantastic Fest. Os comentários dos respondentes brasileiros sobre comunidade foram mais generalistas, como, por exemplo, a menção ao fato de pessoas que já se conhecem escolherem o festival como ambiente para interagir e assistir aos filmes em grupo. Segundo os respondentes, a participação no festival também permite que pessoas que não se conhecem, que moram em cidades – e até mesmo em países – diferentes, sintam-se parte de um grupo durante o tempo do festival, devido ao sentimento de união que o permeia.

O público que vai no Fantaspoa acaba virando uma comunidade que vai

sempre todo ano, e tenta assistir o máximo de filmes que dá, e comenta, e comenta no facebook, na internet sobre os filmes, sobre o fantaspoa. Acho que o pessoal vai ficando amigo... e vai vendo os filmes sempre. (Rapha e Armando – Fantaspoa)

Outra menção à comunidade referiu-se à maneira na qual as redes sociais são utilizadas para manter contato entre os participantes durante o festival. A interação e a comunidade que se iniciam a partir dos dois festivais e depois se desenvolve através de relações mediadas por computador também foram mencionadas:

Vem muita gente de fora ver o festival. Não só aqui do Brasil como também internacional. E tu acaba conhecendo e toda vez que tem o Fantaspoa o teu facebook aumenta um monte porque tu conheceu um monte de gente que não é daqui e tu acaba... Então não faltam oportunidades de tu fazer amigos, porque um vai conhecer o outro, que vai conhecer outro, que vai te apresentar e tu vai conversar... e tu acaba se entrosando com essas pessoas. É gente que tem alguma coisa em comum contigo, e é uma oportunidade que o Fantaspoa te oferece... (Marcelo – Fantaspoa)

E nós ficamos em contato. Estamos no Facebook uns dos outros, nos seguimos no Twitter e, sabe, principalmente por recebermos muitos críticos e escritores, isso me ajudou a desenvolver o meu próprio gosto. Por exemplo, o amigo de um amigo meu está no Festival de Toronto e ele viu um filme que ele realmente gostou, aí eu fico sabendo disso e decido assistir e este é um filme sobre o qual, de outra maneira, eu poderia nunca ter ficado sabendo que existia. Então, eu acho que você desenvolve amizade, você desenvolve laços e, além disso, você também pode desenvolver uma espécie de comunidade de pessoas que pensam de maneira semelhante e recomendam filmes umas para as outras. (Trevor – Fantastic Fest)

Um espectador do Fantaspoa afirmou que o festival colabora na formação de uma comunidade, pois ele agrupa pessoas de preferências similares, com as quais se pode compartilhar assuntos e interesses. Na visão de outro respondente, esses interesses em comum são responsáveis pela conexão entre os participantes do festival e contribuem para o desenvolvimento desta comunidade.

Diversos respondentes percebem essa congregação ocorrendo durante o festival. Foi mencionado que esse fenômeno é mais frequente entre a parcela mais

jovem do público do que entre a mais idosa. A identificação através do modo de se vestir – bandanas, piercings e tatuagens – também é um código que facilita o acesso às comunidades formadas ao longo do festival. As preferências e conhecimento cinematográficos também foram mencionados como relevantes.

Ao exemplificar este sentimento de pertencer a uma comunidade, uma respondente menciona que conheceu seus melhores amigos no Fantastic Fest e que atualmente está co-dirigindo um documentário com dois amigos que conheceu no festival. Ainda segundo ela, a amizade iniciada no evento despertou o interesse para desenvolver projetos na área do cinema. No depoimento abaixo, outro espectador descreve o quão importante foram as amizades desenvolvidas no Fantastic Fest quando da sua mudança para uma nova cidade:

Nós conhecemos pessoas na fila, falando com diversos fãs naquele primeiro ano. Eles ainda são amigos próximos agora. Isto nos ajudou muito, especialmente quando nos mudamos. Não conhecer ninguém não foi um grande problema, pois a gente conhecia muita gente através do festival. Algumas pessoas abriram suas casas para nós e deixaram que a gente ficasse lá enquanto procurávamos um emprego e um lugar para morar na cidade. E quando finalmente nos mudamos, sentimos que já possuíamos um grupo de amigos estabelecido. Pareceu apenas que nós estávamos mudando de um bairro para outro, apesar de ser em uma cidade do outro lado do país, diferente de qualquer coisa que conhecíamos. Sabe, eu dou muito crédito ao festival por ter facilitado esta transição para nós, pois ele nos ajudou a fazer estas conexões das quais precisávamos, então... (Luke Mullen – Fantastic Fest)

Um respondente citou ainda que, em alguns momentos, a comunidade formada pode ser interpretada como negativa para aqueles que não compartilham do envolvimento intenso com o festival. Segundo ele, as pessoas já inseridas na comunidade tendem a segregar as pessoas que comparecem ao festival sem o mesmo comprometimento com a arte cinematográfica e os filmes exibidos. Por exemplo, aquelas pessoas que perturbam os demais espectadores durante a sessão ao conversar, utilizar o celular ou fazer barulho:

Acho que chegamos a ser uma comunidade em um sentido negativo, se é que você me entende... Há todas as coisas positivas também, mas se você não está aqui para curtir o filme, sabe, ser parte do filme, se entregar para a experiência do filme... É melhor você encontrar alguma outra experiência para você, pois você não será bem-vindo. (Lee – Fantastic Fest)

6.11 EPÍLOGO DA ANÁLISE

Este capítulo dedicou-se a analisar detalhadamente os 10 tópicos criteriosamente desenvolvidos a partir do processo de codificação previamente apresentado. Com o objetivo de ambientar o leitor na temática, inicialmente abordou-se o espaço físico em que os festivais são realizados, para então serem apresentados os festivais, a fim de se criar uma compreensão maior acerca dos eventos estudados, assim como das características que os diferenciam. Consecutivamente, foram apresentadas questões dedicadas à análise do papel dos festivais na indústria cinematográfica, assim como o significado das sessões e dos filmes para os entrevistados.

Passou-se, então, à análise das questões diretamente vinculadas ao comportamento do consumidor. Foi analisada a importância da experiência de frequentar os festivais de cinema, as características destes espectadores e o seu envolvimento – em geral intenso – com o evento. Após, foram apresentadas as temáticas da identidade e do fanatismo, abordando as temáticas da formação dos espectadores, das semelhanças que podem ser percebidas entre eles e da cinefilia, levando então às questões referentes ao fanatismo.

Por fim, foram apresentadas as temáticas da interação e da comunidade, focadas na interação dos espectadores entre si, na interação entre os realizadores, na análise do festival como um local de encontro, nos motivadores desta interação e nos seus resultados, culminando na formação de comunidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados apresentados e analisados nesta tese trazem contribuições para o debate acerca de questões de consumo pertinentes para a *consumer culture theory* (CCT), principalmente no que tange questões referentes ao fanatismo, à interação e à geração de comunidades. No âmbito da pesquisa do comportamento do consumidor, acredita-se que essa tese justifica sua validade por analisar, com rigor e profundidade, um comportamento de consumo fanático em um ambiente que, conforme analisado, colabora no desenvolvimento de comunidades, ao mesmo tempo em que atua como um agente influenciador no desenvolvimento da identidade dos seus espectadores assíduos.

Além de este estudo versar sobre festivais de cinema, um lócus pouco abordado no meio acadêmico, a oportunidade teórica desta tese se ancora no fato de que foi estudado um comportamento atípico de consumo. Apesar de ser um fenômeno pouco estudado no comportamento do consumidor, existe uma grande riqueza a ser explorada no comportamento fanático. O enquadramento no paradigma interpretativista visou compreender a complexidade dos fenômenos sociais de maneira integrada, a partir dos significados atribuídos pelas pessoas, partindo das relações sociais e culturais estabelecidas no campo. Ao examinar os festivais de cinema à luz das temáticas da CCT, foi possível encontrar tópicos relevantes a serem analisados, tais como comunidades de fãs, subculturas de consumo, tribos de consumo, distinções simbólicas, além de questões relativas às dimensões experienciais de consumo.

O objetivo principal do estudo foi o de analisar se os festivais de cinema fantástico exercem influência sobre a(s) identidade(s) dos espectadores e se são responsáveis pela geração de comunidades de consumo. Através da metodologia de pesquisa, que envolveu a incursão em dois campos de estudo, a realização das duas etapas de observação participante e a realização de uma série de entrevistas em profundidade filmadas, foi possível atingir o objetivo principal e os objetivos específicos que haviam sido propostos. Além disso, o processo de codificação das entrevistas transcritas garante um rigor acadêmico ao texto, pois é possível compreender detalhadamente quais foram os passos seguidos para a realização da análise dos resultados.

Por sua vez, os principais resultados da tese se relacionam diretamente com

os objetivos propostos. Os tópicos apresentados na análise dos resultados compõem uma descrição holística dos eventos estudados, apresentando os eventos e os locais nos quais eles são realizados, além de abordar o papel dos mesmos. Na indústria cinematográfica, estes eventos atuam como agentes de distribuição, especialmente para filmes independentes presentes no festival e podem ser considerados agentes promotores da cidade em que o evento ocorre. Além disso, os festivais costumam ser extremamente importante para seus organizadores, pois estes dedicam parte considerável de seu tempo à realização do evento. Acima de tudo, os festivais influenciam o consumo de filmes diferenciados junto aos espectadores, ou seja, aos consumidores do evento, e oferecem um local no qual espectadores com preferências similares trocam informações.

Posteriormente, foram analisadas questões referentes aos filmes, às sessões e à experiência de consumo. Questões estas que buscaram compreender as motivações para a frequência assídua nos eventos. Também foram analisadas as questões da identidade, do fanatismo e, por fim, da interação levando à formação das comunidades.

De acordo com o estudado, tais festivais, portanto, podem ser vistos como um local adequado para a criação de uma identidade situacional (FERLA, 2008). Permite-se que indivíduos se identifiquem (BELK, 1988; KELLNER, 2001), buscando, através da participação no evento, contato com outros indivíduos que eles reconheçam como similares (SCHOUTEN, MCALEXANDER, 1995).

A principal contribuição desta tese, no que se relaciona com o tema da identidade do consumidor, foi a constatação da existência de eventos – o que possivelmente possa ser expansível a produtos – que não apenas influenciam no desenvolvimento da identidade dos seus consumidores, mas que criam fortes vínculos emocionais com eles. Sandvoss (2005) analisa que objetos de admiração e fanatismo podem se tornar extensores das personalidades do indivíduo. Similarmente, de acordo com o apresentado nesta tese, ao menos parte dos entrevistados percebe estes festivais como extensores de suas personalidades.

Pode-se analisar que a identidade das pessoas, enquanto fãs de cinema fantástico, é latente. Porém, durante o festival, cria-se o ambiente propício para que ela possa ser exercida e, assim, desenvolve-se uma conexão quase que instantânea com estes espectadores que normalmente não possuem um local para manifestar esta sua identidade. Pode-se concluir ainda que, além de influenciar a identidade, os

festivais de cinema fantástico criam um local que evoca memórias e permite satisfazer desejos nostálgicos.

É válido recapitular também as menções à virtualização das interações e ao fato dos indivíduos dedicarem-se de forma crescente à internet, o que, conseqüentemente, ocasionaria um decréscimo das interações entre si por meio de experiências reais. No entanto, foi comprovado *in situ* que os eventos tornam-se um local no qual efetivamente se reúne a comunidade dos espectadores fanáticos por cinema, em especial o cinema fantástico.

Ao formarem grupos, os indivíduos buscam o convívio com aqueles com traços de identidade similares ou compatíveis. Afinal, as pessoas tendem a escolher atividades congruentes com os aspectos salientes de suas identidades. Também se deve levar em consideração o fato de que, ao formarem comunidades, os indivíduos tendem a apoiar instituições que representem suas identidades (ASHFORTH; MAEL, 1989). Os festivais podem ser vistos como tais instituições, pois proporcionam que espectadores com preferências culturais similares se conheçam, além de facilitar o encontro destes com diretores, sejam eles estreantes ou celebridades idolatradas. Características a serem destacadas são a proximidade e a acessibilidade para interação entre os diversos participantes (público, convidados e organizadores), apesar do grande porte destes eventos. A interação durante o festival gera uma rede de contatos que permite que os envolvidos aprofundem seu interesse e seu conhecimento pelo tipo de cinema exibido nestes festivais, pois se relatou que durante o convívio social no festival, os participantes trocam informações e opiniões sobre as obras cinematográficas e a carreira de seus realizadores.

Conforme analisado por Belk (2010), atos realizados em conjunto criam laços comunitários. Estes festivais de cinema claramente levam à união das pessoas. Os respondentes dos Estados Unidos reforçam o observado em campo ao descrever esta experiência como comunitária e relacionar as exibições dos filmes com o encontro entre amigos. De maneira similar, os respondentes do festival do Brasil corroboram esta ideia ao afirmar que buscam a experiência coletiva ao comparecer ao festival.

Arnould e Thompson (2005), por sua vez, mencionam que a participação em comunidades de consumo é atividade produtora de uma cultura própria. Pode-se concluir, com as análises realizadas, que o festival constitui uma comunidade de consumo, reforçando, assim, a assertiva de Loewenfeld e Killian (2009) de que algumas comunidades são responsáveis por agrupar e representar fãs e também

por ajudá-los a dividir sentimentos e pensamentos sobre a marca, assim como a experimentar prazeres derivados de atividades interpessoais que tenham relação com esta mesma marca.

Portanto, os festivais de cinema estudados são locais de encontro onde se desenvolvem relações que podem gerar comunidades de consumo. Assim como outras comunidades, as comunidades formadas nestes festivais possuem detalhes que as caracterizam. É válido destacar que estas comunidades podem ser vistas como temporárias e limitadas ao tempo do festival. No entanto, elas podem incentivar a formação de outras comunidades, pois mesmo pessoas moradoras de cidades ou até países diferentes conseguem manter um relacionamento ativo através de redes sociais na internet. É relevante também retomar que a interação e o nível de intimidade que a comunidade do festival atinge para os espectadores fãs do evento é intensa, a ponto de terem sido até realizadas comparações da comunidade do festival com a família, primeira comunidade na qual os indivíduos são inseridos.

No que tange à identidade e ao fanatismo, o estudo contribui ao confirmar, através da observação e da realização de entrevistas, que parte dos espectadores exerce aspectos que reforçam a sua “identidade-para-o-festival”. Esta “identidade-para-o-festival” não se limita somente ao espectador ser um *heavy user* do festival, ou seja, assistir ao máximo de filmes possíveis. Afinal, isoladamente esta prática pode ser considerada apenas um comportamento particular. Esta identidade também engloba, por sua vez, um maior interesse em interagir e iniciar conversas, mesmo que com estranhos, superando um possível desconforto ou timidez, seja nas filas ou dentro do cinema. Além disso, tais espectadores optam por desconsiderar outras preferências (por exemplo, esportivas, políticas e religiosas), que outrora poderiam ser motivo para afastamento, e interagem tendo como motivadores a cinefilia e o interesse pelos filmes exibidos.

Através das entrevistas e dos contatos na observação participante, foi possível analisar que os espectadores, na sua maioria, compartilham de uma formação cultural e gostos semelhantes. Parte considerável dos respondentes tem preferência por livros, revistas em quadrinhos, videogame e rock, além de terem assistido filmes ao longo de sua vida e de, muitas vezes, terem iniciado o interesse por cinema na infância.

Conforme apresentado na revisão teórica, o conteúdo simbólico do consumo

é utilizado como uma forma de linguagem, através da qual a pessoa transmite mensagens para outros indivíduos, expressa valores culturais, busca estilos de vida, constrói noções sobre si mesmo e mantém relações sociais. Os festivais de cinema, assim como as interações que ocorrem nestes eventos, são repletos de conteúdos simbólicos. Estes conteúdos vão desde o estilo visual (corte de cabelo, maquiagem e vestimenta) dos espectadores, até o comportamento deles perante os demais.

Quanto ao fanatismo, podemos retomar o conceito de Jenkins (1988) e confirmar que a maioria dos espectadores pode ser considerada fã, por transformar o ato de assistir a um determinado programa em uma atividade cultural, dividindo sentimentos e pensamentos sobre seu conteúdo com amigos e tornando-se membro de uma comunidade de indivíduos com sentimentos em comum. Giddens (2002) esclarece que o indivíduo só estará psicologicamente confortável na sua identidade se os outros reconhecerem o seu comportamento como apropriado. Portanto, pessoas que outrora sofreram *bullying* ou preconceito em seu meio social (*nerds*, *geeks* e similares), no ambiente dos festivais percebem um forte sentimento de aceitação, pois estão convivendo com pessoas semelhantes, com gostos e preferências similares e sentem-se valorizados, pelos mesmos motivos pelos quais são excluídos em outros ambientes.

Ao longo da redação desta tese, assim como na edição do vídeo que a complementa, foi objetivo do autor compreender as questões do estudo através do ponto de vista dos pesquisados e, portanto, entender, na visão dos próprios consumidores, o significado destas atividades de consumo. Acredita-se que este objetivo tenha sido alcançado, ao se compreender as principais motivações dos espectadores para terem suas identidades fanáticas influenciadas e tão marcadamente presentes nestes eventos. De maneira similar, a análise do desenvolvimento de comunidades, através de depoimentos em primeira pessoa, resultou em um estudo genuíno e em conformidade com o rigor acadêmico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADEN, R. C., *Popular Stories and Promised Lands: Fan Cultures and Symbolic Pilgrimages*. Tuscaloosa/London: University of Alabama Press, 1999.

ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*. 31 (Março), 2005.

ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Consumer Culture Theory (and We Really Mean Theoretics): Dilemmas and Opportunities Posed by an Academic Branding Strategy, in BELK, R.; SHERRY J. (eds.) book in the *Research in Consumer Behavior* series, Elsevier/Butterworth-Heinemann, 2007.

ARNOULD, E. J.; WALLENDORF, M. Market-oriented ethnography: Interpretation Building and marketing strategy formulation. *Journal of Marketing Research*. Vol. XXXI November, 1994.

ARNOUD, E. J. Daring Consumer-Oriented Ethnography. In: STERN, B. (Org). *Representing Consumers. Voices, Views and Visions*. London: Routledge, 1998.

ASHFORTH, B. E.; MAEL, F.; Social Identity Theory and the Organization, *Academy of Management Review*, 14. 1989.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2004.

BAUDRILLARD, J. *O Sistema dos Objetos*. São Paulo, Perspectiva, 1997.

BELK, R. Examining Markets, Marketing, Consumers, and Society through Documentary Films. *Journal of Macromarketing*, 31 (4), 2011.

_____. Possessions and the Extended Self, in *Journal of Consumer Research*, 15 (September), 1988.

_____. Sharing. *Journal of Consumer Research*, 36 (february), 2010.

_____. WALLENDORF, M. SHERRY JR., J.F., The Sacred and the Profane in Consumer Behavior: Theodicy on the Odyssey, *Journal of Consumer Research*, 16 (June), 1-38, 1989.

_____ ; KOZINETS, Robert V. Videography in marketing and consumer research. *Qualitative Market Research: an international journal*. Vol. 08, N. 02, 2005.

_____ ; _____. Camcorder Society: Quality Videography in Consumer and Marketing Research, in Russell Belk, ed., *Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing*, Cheltenham, UK: Edward Elgar, 335-339, 2006

_____ ; _____. Resonant Representations 2, *Consumption, Markets and Culture*, 10 (2), 2007.

_____ ; _____. The Last Picture Show, *Advances in Consumer Research*, Vol. 38, 2010.

BENGTSSON, A., OSTBERG, J., & KJELDGAARD, D.. Prisoners in paradise: subcultural resistance to the marketization of tattooing. *Consumption, Markets and Culture*, 8(3), 2005.

BERNARD, R. Research Methods in Anthropology: Qualitative and and Social Mechanisms for Build Quantitative Approaches. New York: Altamira Press, 2006.

BOURDIEU, P. The forms of capital. In J. Richardson (Ed.) *Handbook of theory and research for the sociology of education*). New York, NY: Greenwood. 1986.

BOYLE. J. Style of ethnography. *Critical issues in qualitative research methods*, Thousand Oaks, CA: Sage. 1994.

BREWER, J.; HUNTER, A., *Foundations of Multimethod Research: Synthesizing Styles* (2nd ed). Thousand Oaks, CA: Sage. 2006.

BROOKER, W., A Sort of Homecoming – Fan Viewing and Symbolic Pilgrimage, in *Fandom – Identities and Communities in a Mediated World*. NY: NYU Press. 2007.

BUKATMAN, S. *Terminal Identity: The Virtual Subject in Postmodern Science Fiction*. Durham: Duke UP, 1993.

CALDWELL, Marylouise, special DVD issue of *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality*, 5 (1). 2011.

_____ ; HENRY, P., special DVD issue on Audiovisual Representations Market Research, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 13 (1), 5-96. 2011.

CANÔNICO, M. *Festival de Cinema Fantástico de Porto Alegre destaca terror global*. Disponível em < <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1092894-festival-de-cinema-fantastico-de-porto-alegre-destaca-terror-global.shtml> > . Acesso em: 15 dez. 2012.

CARROL, N. *The Philosophy of Horror or Paradoxes of the Heart*. New York: Routledge, 1990.

CAVICCHI, D., Loving Music: Listeners, Entertainments, and the Origins of Music Fandom in 19th Century America, in *Fandom – Identities and Communities in a Mediated World*. NY: NYU Press. 2007.

COELHO, L. A. Tal objeto tal dono, *Identidades: recortes multi e interdisciplinares*, MOITA LOPES, L. P. ; BASTOS, L. C.(orgs.). São Paulo: Mercado de Letras, 2002.

COFFEY, A.; ATKINSON, P. Concepts and Coding. *Making Sense of Qualitative Data*, Thousand Oaks, CA: Sage.,1996.

COOPER-MARTIN, E. Consumer and Movies: Information Sources for Experiential Products. *Advances in Consumer Research*, vol. 19, 1992.

COOPER-MARTIN, E. Consumers and Movies: Some Findings on Experiential

Products, in *Advances in Consumer Research*, Vol. 18, eds. HOLMAN, R. H.; SOLOMON, M. R., Provo, UT: Association for Consumer Research, 1991.

CSIKSZENTMIHALYI, M. (1991). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York:Harper & Row, Publishers.

DE VALCK, M. *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*, Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007.

DENZIN, N. Qualitative Analysis for Social Scientists, *Contemporary Sociology* 17(3): 430–2, 1988.

DENZIN, N.; LINCOLN Y. *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publication Inc, 2000.

DIRKS, Tim, Fantasy Films. Disponível em <<http://www.filmsite.org/fantasyfilms.html>> . Acesso em: 15 dez. 2012.

DONALD, J. *Fantasy and the Cinema*, London: British Film Institute, 1989.

DOUGLAS, M., *Purity and Danger: An Analysis of the Concepts of Pollution and Taboo*. London: Routledge & Kegan Paul, 1966.

DOUGLAS, M; ISHERWOOD, B. *The World of Goods*. London: Penguin. 1980.

DUTTON, J., DUKERICH, J., HARQUAIL, C., Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39. 1994.

ELLIOTT, Julian. Multimethod approaches in educational research, *International Journal of Disability, Development and Education*. Vol. 51, Nº 2, p. 135–149, June 2004.

ELSAESSER, T. Cinephilia, or The Uses of Disenchantment, In *Cinephilia: Movies, Love And Memory*, edited by DE VALCK, M. K.; HAGENER, M. Amsterdam:

Amsterdam University Press, 2007.

EPSTEIN, E. J. The Vanishing Box Office. *Slate*. Disponível em <<http://www.slate.com/id/2122000/>> . Acesso em: 05 fev. 2010.

FEATHERSTONE, M. *Cultura de Consumo e Pós-Modernidade*. São Paulo: Nobel, 1995.

FERGUSON, S.; Todd, S. Videography: 'New kid on the research block' or significant contribution to consumer research. *European Advances in Consumer Research*, 7,, 2006.

FERLA, D. *A Relação entre Benefícios Simbólicos do Consumo e Identidade: Uma Investigação através de uma Abordagem Metodológica Mista*. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo, 2008.

FITZGERALD, F. S. *The love of The Last Tycoon: A Western is an Unfinished Novel*. USA: Cambridge University Press, 1993.

FITZMAURICE, J., COMEGYS, C. Materialism and social consumption, *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 14 No.4, 2006.

FLECK, J. P.; ALMEIDA, S .O. ; DALMORO, M. ; MAZZON, J. A., Gamerz: a videographic study of hardcore Xbox 360 game players, *Advances in Consumer Research* Volume 38, 2010

FOLLMANN, J. I. *Identidade como conceito sociológico*. Ciências Sociais Unisinos (37/158). São Leopoldo: Unisinos, 2001.

FONSECA, C., Vídeo e etnografia: perguntas que pairam no ar. *Boletim da ABA – Federação Brasileira de Antropologia*. N. 21, 1994.

FREUD, S., *The Uncanny*. Disponível em

<<http://web.mit.edu/allanmc/www/freud1.pdf>>. 1919. Acesso em: 10 fev. 2013.

FORD, S.; JENKINS, H.; MCCRACKEN, G.; SHAHANI, P.; ASKWITH, I.; LONG, G.; & VEDRASHKO, I. *Fanning the audience's flames: Ten ways to embrace and cultivate fan communities*. 2006. Disponível em <http://convergenceculture.org/research/c3_fanning_the_flames.pdf> Acesso em: 10 fev. 2013.

GEERTZ, C., *The Interpretation of Cultures*. Basic Books: New York, 1973.

GERGEN, M. M.; GERGEN, K. J., *Qualitative Inquiry: Tensions and transformations*. In N. Denzin & Y. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2nd ed., pp. 1025-1046). Thousand Oaks, CA: Sage, 2000.

GIDDENS, A. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GIL, D. C. *Marketing: turismo de eventos*. São Paulo: Editora HB, 1997.

GLOBO, Jornal O. *Caderno B*, 01 de março de 1983.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, Rio de Janeiro, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr., 1995.

GOFFMAN, E. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1985.

GRAY, J., SANDVOSS, C., HARRINGTON, C. L., Introduction – why study fans?, in *Fandom – Identities and Communities in a Mediated World*. NY: NYU Press. 2007.

GROSS, A.C., TRAYLOR, M.B. and SHUMAN, P.J.. Corporate Sponsorship of Art and Sports Events in North America, *ESOMAR Congress*, 1987.

GUBER, Rosana. *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Bogotá: Norma, 2001.

GUEST, G.; NAMEY, E. E.; MITCHELL, M. L, *Collecting qualitative data : a field manual for applied research*. Thousand Oaks, CA: Sage. 2012.

GUTTMANN, A. *Sports Spectators*. New York: Columbia University Press, 1986

HACKLEY, C. *Doing Research Projects in Marketing Management and Consumer Research*. London: Routledge, 2003.

HALL, S. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 10ª edição. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HAWKINS, D. I.; BEST, R. J.; CONEY, K. A. *Consumer behavior: implications for marketing strategy*. 4. ed. Boston, EUA: BPI Irwin, 1989.

HEALY, M. J., BEVERLAND, M. B., OPPEWAL, H., *Orchestrating the Experience: Authorship of the Soul. The Case of Mag Nation Melbourne, Memorable Customer Experiences*, LINDGREEN, A., VANHAMME, J., BEVERLAND, M. B. (orgs.). England: Gowen Publishing Limited. 2009.

HEBIDGE, D. *Subculture: The Meaning of Style*. London: Methuen, 1979.

HEISLEY, D. D. Visual research: current bias and future direction. *Advances in Consumer Research*, 28(1). 2001.

HENDERSHOT, C. *Paranoia, the Bomb, and 1950s Science Fiction Films*. Bowling Green, OH: Bowling Green State University Popular Press. 1999

HILLS, M., *Media Academics as Media Audiences – Aesthetic Judgments in Media and Cultural Studies*, in *Fandom – Identities and Communities in a Mediated World*. NY: NYU Press. 2007.

HILLS, M. An Interview with Henry Jenkins. *Intensities: The Journal of Cult Media* (Winter/Autumn 2001). Disponível em <<http://intensitiescultmedia.files.wordpress.com/2012/12/intensities-interviews->

jenkins.pdf> . Acesso em: 10 fev. 2013.

HOFFER, E. *The True Believer*. New York: Harper and Row, 1951.

HOLBROOK, M. B., From the Log of a Consumer Researcher: Reflections on the Odyssey. In *Advances in Consumer Research* (14), (Eds.) Wallendorf, M., Anderson, P., 365-369, Association for Consumer Research: Provo, USA. 1987

HOLBROOK, M. B.; HIRSCHMAN, E. C., The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun, *Journal of Consumer Research*, 9 (September), 1982.

HOLBROOK, M.B.; SCHINDLER, R.M. Age, Sex, and Attitude Toward the Past as Predictors of Consumer's Aesthetic Tastes for Cultural Products. *Journal of Marketing Research*, Vol. 31, 1994.

HOLLAND, M. E., Modeling Movie Genres: Measurement Implications Of Theories of Change in Art, Paper presented at the *annual meeting of the American Sociological Association*, San Francisco, CA, Online <.PDF>. 2009-05-26 from http://www.allacademic.com/meta/p110659_index.html, 2004.

HONEBEIN, P. C., CAMMARANO, R. F., Balancing Act: The Impact of Rational and Emotional Designs in Memorable Customer Experiences, *Memorable Customer Experiences*, LINDGREEN, A., VANHAMME, J., BEVERLAND, M. B. (orgs.). England: Gowen Publishing Limited. 2009.

HOPKINSON, G. C.; HOGG, M. K. Stories: how they are used and produced in market(ing) research, *Handbook Of Qualitative Research Methods In Marketing*. Cheltenham : Edward Elgar, 2006.

HUTCHINGS, P.. *The Horror Film*. Essex: Pearson Education Limited, 2004.

IZENBERG, J. *The Rivals*. New York: Holt Rinehart and Winston. 1968

JANCOVICH, M. *Horror, the Film Reader*, New York: Routledge, 2001.

JENKINS, H., Afterword – The Future of Fandom, *Fandom – Identities and Communities in a Mediated World*. NY: NYU Press. 2007.

JENKINS, H., *Fans, Bloggers and Gamers*. NY: NYU Press. 2006.

JENKINS, H. If You Saw My Talk at South By Southwest... Disponível em < henryjenkins.org/2008/03/if_you_saw_my_talk_at_south_by.html > . Acesso em: 15 dez. 2012.

JENKINS, H. Star Trek Rerun, Reread, Rewritten: Fan Writing as Textual Poaching, *Critical Studies in Mass Communication* 5, no. 2. 1988.

KELLNER, D. *A Cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

KILLIAN, K., Experiential Marketing and Brand Experiences: A Conceptual Framework, *Memorable Customer Experiences*, LINDGREEN, A., VANHAMME, J., BEVERLAND, M. B. (orgs.). England: Gowen Publishing Limited. 2009.

KIMURA, J.; BELK, R. W., Christmas in Japan: globalization versus localization. *Consumption, Markets and Culture*, 8(3). 2005.

KOEHLER, R. Cinephilia and Film Festivals, in *Dekalog. 03, On film festivals / guest editor*, PORTON, R.. Wallflower, London ; New York, 2009.

KOZINETS, R. V. Utopian Enterprise: Articulating the Meaninf of Star Trek's Culture of Consumption. *Journal of Consumer Research*. Vol. 28 (june), 2001.

_____. Can Consumers Escape the Market? Emancipatory Illuminations from Burning Man. *Journal of Consumer Research*. Volume 29 (june), 2002.

_____ ; BELK, Russell W. Camcorder society: quality videography in

consumer research, BELK, Russell W. (ed.) *Handbook of qualitative research methods in marketing*. Cheltenham, UN and Northampton, MA: Edward Elgar Publishing. 2006.

LANIER, C. D.; HAMPTON, R. D.; *Experiential Marketing: Understanding the Logic of Memorable Customers Experience*, *Memorable Customer Experiences*, LINDGREEN, A., VANHAMME, J., BEVERLAND, M. B. (orgs.). England: Gower Publishing Limited. 2009.

LANIER, C.; SCHAU, H. J., *Culture and Co-Creation: Exploring the Motivation behind Harry Potter On-Line Fan Fiction*, in BELK, R.; SHERRY J. (eds.) book in the *Research in Consumer Behavior* series, Elsevier/Butterworth-Heinemann, 2007.

LEHMANN, D. R., *Pumping Iron III: An Examination of Compulsive Lifting*, *Advances in Consumer Research*, 14(1):129-131. (p.129). 1987.

LIBERALI, J. F. *Consumo de Experiência: Um estudo junto aos clientes de Cinema de Shopping Centers de Porto Alegre*. Dissertação de Conclusão (Pós-Graduação em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2000.

LINDGREEN, A.; VANHAMME, J.; BEVERLAND, M. B., *Memorable Customer Experiences: A Research Anthology*. Gower Publishing: Aldershot, 2009.

LINRIDGE, A. *Religiosity and the construction of a cultural-consumption identity*. *Journal of Consumer Marketing*. Volume 22, Number 3, 2005.

LOEWENFELD, V. L., KILIAN, K., *Brand Communities as Experience Drivers: Empirical Research Findings*, *Memorable Customer Experiences*, LINDGREEN, A., VANHAMME, J., BEVERLAND, M. B. (orgs.). England: Gower Publishing Limited. 2009.

LOFLAND, J.; LOFLAND, L., *Evaluating data sites*, *Analyzing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis* (Third Edition). Belmont, CA:

Wadsworth. 1995.

LOWY, A.; HOOD, P. *The Power of the 2x2 Matrix: Using 2X2 Thinking to Solve Business Problems and Make Better Decisions*. Jossey-Bass, San Francisco. 2004.

MACHADO, I. J. R. Estado-nação, identidade-para-o-mercado e representações de nação. *Revista de Antropologia*, vol.47, no.1, 2004.

MALINOWSKI, B. *Argonauts of the Western Pacific: An account of native enterprise and adventure in the Archipelagoes of Melanesian New Guinea*. London: Routledge and Kegan Paul. 1922.

MANGEN, S. Qualitative research methods in cross-national settings. *International Journal of Social Research Methodology*, 2(2), 109. 1999.

MARLING, K. A., *Fantasies in Dark Places. The Cultural Geography of the American Movie Palace*. In Paul Adams; Steven Hoelscher; Karen Till (Eds.). *Textures of Place. Exploring Humanist Geographies*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001.

MARTIN, A. Here and Elsewhere (The View from Australia) in *Dekalog. 03, On film festivals / guest editor, PORTON, R.*. Wallflower, London ; New York, 2009.

MAUSS, M. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

MCCRACKEN, G. Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods. *Journal of Consumer Research*. V.13 (June) 1986.

MCCOURT, T.; BURKART, P., Customer Relationship Management – Automating Fandom in Music Communities, in *Fandom – Identities and Communities in a Mediated World*. NY: NYU Press. 2007.

MILES, M.; HUBERMAN, M.. Early steps in data analysis. (Chapter 4) in *Qualitative*

Data Analysis: An Expanded Source Book (2nd edition). Thousand Oaks, CA: Sage. 1994.

MILLER, D. Consumption as the Vanguard of History. A Polemic by Way of an Introduction, in *Acknowledging Consumption*. London: Routledge. 2001.

MÖLLER, O. Bagatelle for Kino Otek and i 1000 occhi. in *Dekalog. 03, On film festivals* / guest editor, PORTON, R.. Wallflower, London ; New York, 2009.

MOTION PICTURE ASSOCIATION OF AMERICA (2007). Entertainment Industry Market Statistics. Disponível em: <<http://www.mpa.org/>>. Acesso em: 17/02/2010.

MOISANDER, J.; VALTONEN, A., *Qualitative Marketing Research: A Cultural Approach*. London. Sage Publications. 2006.

MUECKE, M. A., On the evaluation of ethnographies. In J. M. Morse (Ed.), *Critical issues in qualitative research methods* (pp. 187-209). Thousand Oaks, CA: Sage Publications. 1994.

NAPIER, S., *Anime: From Akira to Princess Mononoke*. New York, Palgrave. 2001.

PEARSON, R., Bachies, Bardies, Trekkies, and Sherlokians, in *Fandom – Identities and Communities in a Mediated World*. NY: NYU Press. 2007.

PERANSON, M. First you get the power, then you get the money: two models of film festivals in *Dekalog. 03, On film festivals* / guest editor, PORTON, R. London, New York: Wallflower, 2009.

PIACENTINI, M.; MAILER, G. Symbolic consumption in teenagers' clothing choices. *Journal of Consumer Behavior*. V.3, 2004.

PINE II, B.J.; GILMORE, J. H. *Welcome to the Experience Economy*. Harvard Business Review, July-August, 1998.

PINE II, B.J.; GILMORE, J. H. *The Experience Economy: work is theatre and every business is a stage*. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

PORTON, R. A Director on the Festival Circuit: An Interview with Atom Egoyan, in *Dekalog. 03, On film festivals* / guest editor, PORTON, R.. Wallflower, London ; New York, 2009.

QUANDT, J. The Sandwich Process: Simon Field Talks about Polemics and Poetry at Film Festivals, in *Dekalog. 03, On film festivals* / guest editor, PORTON, R.. Wallflower, London ; New York, 2009.

QUINTÍN, The Festival Galaxy, in *Dekalog. 03, On film festivals* / guest editor, PORTON, R.. Wallflower, London ; New York, 2009.

REDDY, S. K.; SWAMINATHAN, V.; MOTLEY, C. M. Exploring the Determinants of Broadway Show Success. *Journal of Marketing Research*. Vol. 35, 1998.

RIAL, C. S. Antropologia Visual em Nova Fase. *Boletim da ABA – Federação Brasileira de Antropologia*. N. 21, 1994.

RICHARDS, L.; MORSE, J. M. *Readme first for a user's guide to qualitative methods* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. 2007.

ROBERTS, F. *Fans! How we Go Crazy Over Sports*. Washington :New Republic Book Co. 1976.

RUSSEL, C. *Experimental ethnography: the work of film in the age of video*, Duke University Press, 1999.

SABADIN, C. Para que Serve um Festival de Cinema? Disponível em <http://www.planetatela.com.br/new.php?new_id=766> . Acesso em: 15 dez. 2012.

SAHLINS, M. *Cultura e Razão Prática*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2003.

SALDANA, J. *The coding manual for qualitative researchers*. Los Angeles, CA: SAGE, 2009.

SANDVOSS, C., *Fans: The Mirror of Consumption*. UK: Polity Press. 2005

SAVAGE, M., BAGNALL, G., LONGHURST, B. *Globalization and Belonging*. London: Sage Publications Ltd. 2005.

SCAMMON, D. L., Breeding, Training, and Riding: the Serious Side of Horsing Around, *Advances in Consumer Research Volume 14*, eds. Melanie Wallendorf and Paul Anderson, Provo, UT : Association for Consumer Research, 1987.

SCARABOTO, D; ZILLES, F; RODRIGUEZ, J. Relacionando conceitos sob a perspectiva cultural do consumo: podemos comparar consumo de luxo e materialismo?. *Anais do 29º ENANPAD*, 2005.

SCHAU, H. J. Consumer Imagination, Identity and Self-Expression, in Stephen J. Hoch and Robert J. Meyer (eds.), *Advances in Consumer Research*, Vol. 27, 2000.

SCHULTZ, D. E. Valuating a brand's advocates: the added values for a brand lie in its consumers, *Marketing Management*, 9(4), 8-9. 2000.

SCHOUTEN, J. W.; MCALEXANDER, J. H. Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers, *Journal of Consumer Research*, 22 (June), 1995.

SCHWANDT, T. A. Three epistemological stances for qualitative inquiry: Interpretativism, hermeneutics and social constructionism. In Denzin, N. and Lincoln, Y (Eds.), *The Landscape of Qualitative Research: Theories and issues*. (pp. 292-331). Thousand Oaks, CA: Sage, 2003.

SHERRY, J. F.; SCHOUTEN, J. W. A role for poetry in consumer research, *Journal of Consumer Research*, Vol. 29 (September), 2002

SILVER, A.; URSINI, J.. *Horror Film Reader*. New York: Limelight Editions, 2000.

SIRGY, M. J. Self-concept in consumer behavior: A critical review. *Journal of Consumer Research*. V.9 (December), 1982.

SMITH, S., FISHER, D. and COLE, S. J., The lived meanings of fanaticism: understanding the complex role of labels and categories in defining the self in consumer culture. *Consumption, Markets and Culture*, 10(2). 2007.

SNOW, D. A.; ANDERSON, L. Identity work among the homeless: the verbal construction and avowal of personal identities. *The American Journal of Sociology*. Vol. 92, No. 6; May, 1987.

SOBCHACK, V. C. *Screening space: the American science fiction film*. Rutgers University Press, 1997.

SPANJAARD, D., FREEMAN, L. Tread Softly: Using videography to capture shopping behavior. *Advances in Consumer Research, Asia Pacific, Vol VII*, ed. Craig-Lees, M., Davis, T., Gregory, G., Duluth, USA, June, 2006.

STAKE, R. E. (2010). *Qualitative research: Studying how things work*. New York, NY: The Guilford Press

SUNDERLAND, P. L. Entering entertainment: creating consumer documentaries for corporate clients. In *Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing*. (Ed.) Belk, R.W., 371-383, Edward Elgar: U.K., 2006.

TEO, S. Asian Film Festivals and Their Diminishing Glitter Domes: An Appraisal of PIFF, SIFF and HKIFF, in *Dekalog. 03, On film festivals /* guest editor, PORTON, R.. Wallflower, London ; New York, 2009.

THOMAS, D. *Beyond Genre: Melodrama, Comedy and Romance in Hollywood Films*. Moffat: Cameron & Hollis, 2000.

THORNTON, S. *General Introduction in The Subcultures Reader*, ed. Ken Gelder

and Sarag Thornton, New York: Routledge, 1997.

TODOROV, T. *Introdução à literatura fantástica*. São Paulo: Perspectiva, 1992.

VALENTINE, M., *The Show Starts on the Sidewalk: An Architectural History of the Movie Industry*. New Haven: Yale University Press. 1994.

VAN BOVEN, L., GILOVICH, T. To do or to have: That is the question. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85. 2003.

VAN ZONEN, L., Imagining the Fan Democracy, *European Journal of Communication*, 19: 1. 2004.

WALLENDORF, M; BELK, R. and Russell Belk, Assessing Trustworthiness in Naturalistic Consumer Research, *Interpretive Consumer Research*, Elizabeth C. Hirschman, ed. Provo: UT: Association for Consumer Research, 1989.

_____; _____, with the assistance of Thomas C. O'Guinn, Deborah Heisley, and Scott Roberts (1987), "Deep Meaning in Possessions: Qualitative Research from the Consumer Behavior Odyssey," MSI Report No. 87-113, distributed by Marketing Science Institute, Cambridge, MA.

WALTHER, L. C. C. L. *Imagem, Luxo e Dilema: Um estudo sobre o comportamento de consumo das patricinhas do Rio de Janeiro*. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, COPPEAD, 2002.

WATTANASUWAN, K. The self and symbolic consumption. *Journal of American Academy of Business*. V.6, n.1, March, 2005.

WOLCOTT, H. *Ethnography: A Way of Seeing*. Oregon: Altamira Press. 1999.

WOLF, Michael J., *The Entertainment Economy How Mega-Media Forces are Transforming Our Lives*. New York: Times Books, Random House, 1999.

WORLAND, Rick, *The horror film: an introduction*, Oxford: Blackwell Publishing, 2007.

ZAHLE, J. Practical Knowledge and Participant Observation. *Inquiry: An Interdisciplinary Journal of Philosophy*, 55, 1, 50–65, 2012.

ANEXOS

ANEXO 1

PROTOCOLO DE QUESTÕES:

Identificação:

Nome, idade e profissão.

Há quantos anos você vem no evento?

1 – Fale-me sobre você e o seu interesse neste festival de cinema (qual seu envolvimento, porque você participa).

2 – Que diferenças são perceptíveis quando você compara uma sessão de cinema aqui do festival e uma sessão de cinema regular comercial?

3 – Qual o papel que você percebe os festivais de cinema exercendo na indústria cinematográfica atualmente?

4 – O que faz com que um festival de cinema fantástico seja único?

5 – Quais são as principais razões específicas que podem explicar o sucesso deste festival de cinema?

6 – Que tipo de pessoa você diria que frequenta um festival de cinema fantástico?

7 – De maneira geral, você acha que o consumo de um evento, como um festival de cinema fantástico, contribui de alguma maneira para o desenvolvimento da identidade dos seus espectadores?

8 – Como você define um fã de cinema de gênero? Você acha que a maioria dos espectadores aqui são fãs? Fale a respeito disso.

9 – Qual o significado e a importância deste festival de cinema em sua vida?

10 – Que significado você acha que os espectadores deste festival terão em suas vidas ao assistir estes filmes?

11 – Você viu evidências de que as pessoas aqui formam laços de amizade? Que tipo de contato você acha que existe durante o festival? Até que ponto você diria que as pessoas aqui constituem uma comunidade?

12 – Que tipo de relações você percebe que são estabelecidas entre os espectadores durante os eventos? Você acha que estas relações que se estabelecem são limitadas ao período do festival?

13 – Você diria que existe um tipo de inconsciente coletivo ou uma cultura em comum que esteja disseminada entre os fãs de filmes de horror, ficção-científica e fantasia? Fale mais a respeito.

14 – Existem características em comum que você acha que unem os espectadores que estão presentes aqui no festival?

15 – Como você vê o futuro dos festivais de cinema fantástico?