



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Novas Dinâmicas do Cineclubismo em Portugal: o caso do Cineclube Lucky Star de Braga

Sandra Natália Barbosa da Costa

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura

Orientadora:

Doutora Joana Fonseca França Azevedo, Professora Associada,
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Co-Orientador:

Doutor Frédéric Vidal, Professor Associado,
Universidade Autónoma de Lisboa

Outubro, 2025



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de História

Novas Dinâmicas do Cineclubismo em Portugal: o caso do Cineclube Lucky Star de Braga

Sandra Natália Barbosa da Costa

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura

Orientadora:

Doutora Joana Fonseca França Azevedo, Professora Associada,
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Co-Orientador:

Doutor Frédéric Vidal, Professor Associado,
Universidade Autónoma de Lisboa

Outubro, 2025

Aos meus pais.
E à avó Natália.

Agradecimentos

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer aos meus orientadores, à professora Joana Azevedo e ao professor Frédéric Vidal, por terem acreditado em mim e não me terem deixado na mão nos tempos mais complicados.

Aos meus pais, por todo o apoio e amor que me deram ao longo destes anos e por nunca desistirem de mim nem deste sonho, tanto meu como deles.

Quero agradecer especialmente à Francisca, à Beatriz, à Bruna, à Luz, ao André, à Cláudia e à Maria, por terem estado comigo durante este processo e por continuarem a acreditar, a darem-me força mesmo quando nem eu acreditava, por toda a paciência de me ouvirem todas as vezes que precisava e por todo carinho que sempre demonstraram.

Às minhas primas Cláudia e Catarina, muito obrigada por estarem sempre lá para mim e por me ajudarem em tudo quanto conseguem.

Um especial obrigada Cineclube Lucky Star e ao seu presidente, José Amaro, por se mostrarem tão disponíveis e prontos para me ajudar.

Resumo

As duas primeiras décadas do século XXI têm sido marcadas pela fragmentação dos públicos e pela crescente influência das plataformas de streaming no que diz respeito ao cinema. Assim, este trabalho tem como principal objetivo o de compreender como é que os cineclubes em funcionamento se conseguem adaptar a estas transformações, sendo eles estruturas culturais independentes. Tomando como caso de estudo o Cineclube Lucky Star, em Braga, a presente dissertação analisa as novas dinâmicas do cineclubismo português, ou seja, como é que os cineclubes conseguem manter a sua autenticidade e preservar a experiência coletiva de cinema.

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, que assenta na realização de uma entrevista à direção do Cineclube, na observação direta de uma sessão e na análise documental dos materiais produzidos pelo próprio cineclube, utilizando o seu blog, redes sociais e cartazes. É através desta metodologia que é procurada a caracterização da identidade do Cineclube Lucky Star no que toca à sua relação com o público e qual o seu contributo para a dinâmica cultural de Braga.

Com os resultados é possível afirmar que o cineclubismo português está então num processo de renovação decorrente das transformações tecnológicas e sociais e pelos novos hábitos de consumo dos públicos. Destaca-se que o Cineclube Lucky Star é um ótimo exemplo de descentralização cultural e de inovação, conseguindo conjugar a tradição cineclubista com novas estratégias de comunicação.

Assim sendo, os cineclubes conseguem continuar a desempenhar um papel fundamental neste processo de democratização cultural, mais propriamente no acesso à cinematografia alternativa e de autor, uma vez que são espaços de encontro e de debate. Este estudo volta a trazer à tona a vitalidade do movimento cineclubista português e o seu contributo para preservação do cinema como prática cultural e social.

Palavras-chave: cineclubismo; cinema português; mediação cultural; consumo cinematográfico; praticas culturais; Braga

Abstract

The 21st century is marked by the ongoing digitalization of culture, the fragmentation of audiences, and the growing influence of streaming platforms on film consumption. This dissertation aims to understand how film clubs, as independent cultural structures, manage to adapt to these transformations. Taking the Lucky Star Film Club, in Braga, as a case study, this research analyses the new dynamics of Portuguese film club culture, namely, how these organizations preserve their authenticity and maintain the collective experience of cinema.

This study follows a qualitative approach, based on one interview, direct observation of a film session, and documentary analysis of materials produced by the film club itself, including their blog, social media posts, and promotional posters. Through this methodology, the study seeks to characterize the identity of the Lucky Star Film Club, its relationship with audiences, and its contribution to Bragas's cultural landscape.

The findings suggest the Portuguese film club culture is undergoing a process of renewal, driven by the technological and social changes and by the new habits that audiences present. The Lucky Star Film Club stands out as an example of cultural decentralization and innovation, successfully combining film club tradition with new communication strategies.

Therefore, film clubs continue to play a fundamental role in cultural democratization, particularly in promoting access to alternative cinema. They remain spaces for encounter and debate, sustaining the vitality of Portuguese film club culture and its contribution to the preservation of cinema as a cultural and social practice.

Keywords: film clubs; portuguese cinema; cultural mediation; film consumption; cultural practices; Braga

Índice

| | |
|---|-----------|
| Introdução..... | 1 |
| Capítulo 1 – O cinema enquanto expressão cultural e social | 3 |
| Capítulo 2 – O cineclubismo e o cinema português: história, identidade e desafios..... | 9 |
| 2.1. Origens e evolução do movimento cineclubista em Portugal..... | 9 |
| 2.2. O cinema português: identidade, contextos e dificuldades | 11 |
| 2.3. A articulação entre cineclubes e o cinema português..... | 14 |
| Capítulo 3 – O cineclubismo no século XXI: novos públicos, mediação cultural e transformações digitais | 17 |
| 3.1. O cineclubismo no século XXI: rede e novas dinâmicas | 17 |
| 3.2. O cineclubismo enquanto mediador na época digital | 18 |
| 3.3. Dinâmicas contemporâneas do consumo cinematográfico e das práticas cinéfilas..... | 20 |
| Capítulo 4 – Opções Metodológicas | 22 |
| 4.1. Questões de investigação | 22 |
| 4.2. Abordagem metodológica geral | 22 |
| 4.3. Técnicas de recolha de dados | 23 |
| 4.4. Considerações éticas..... | 25 |
| Capítulo 5 – O Cineclube Lucky Star: análise e discussão os resultados | 26 |
| 5.1. Identidade e missão cultural do Cineclube Lucky Star..... | 28 |
| 5.2. Organização interna e práticas colaborativas | 30 |
| 5.3. Envolvimento com a cidade de Braga e o meio universitário | 32 |
| 5.4. Públicos, participação e receção..... | 33 |
| 5.5. Desafios e perspetivas futuras | 35 |
| 5.6. Relação com a literatura..... | 37 |
| Conclusão..... | 39 |
| Referências Bibliográficas | 42 |
| Fontes Digitais e Institucionais | 44 |
| Anexos | 46 |
| Anexo A - Guião da entrevista ao presidente do Cineclube Lucky Star | 46 |
| Anexo B – Consentimento de gravação da entrevista | 47 |

Introdução

O cinema tem sido considerado um instrumento de reflexão social e, no que diz respeito à construção da memória cultural e formação de identidades coletivas, este ocupa um lugar bastante privilegiado. Em Portugal, no entanto, a relação com o cinema é marcada pela fragilidade estrutural da indústria, que desde sempre enfrentou desafios no que remete para a produção, distribuição e receção, e pela dificuldade em reconhecer o seu valor cultural e simbólico. E é precisamente neste contexto que o fenómeno do cineclubismo emerge.

Os cineclubes aparecem assim como espaços de mediação cultural entre o próprio cinema e o público sendo que essa ação não se delimita apenas à exibição de obras cinematográficas: os cineclubes tornam-se espaços de partilha, de debate e de formação para a criação de uma cultura cinematográfica, a criação de uma cinefilia. Os cineclubes portugueses, aos longo do século XX e século XXI, desempenharam um papel fundamental na democratização do acesso ao cinema de autor e na organização de comunidades que tinham este interesse em comum. Para além disto, estes espaços foram exemplos de resistência cultural e, no caso de Portugal, de oposição ao Estado Novo. Mais recentemente, com o surgimento de novas plataformas de streaming, e apesar destas plataformas facilitarem também o acesso a vários filmes, os cineclubes tiveram, de certa forma, de se reinventar de maneira a conseguirem acompanhar estas evoluções tecnológicas.

Esta investigação propõe-se a realizar uma análise a estas novas dinâmicas do cineclubismo português tendo como caso de estudo o Cineclube Lucky Star, sediado em Braga. Este cineclube é um exemplo de como as práticas cineclubistas se adaptam às novas tecnologias e às profundas transformações culturais sentidas, tendo, ao mesmo tempo, não perdido a verdadeira essência do que é ser um cineclube. Por Braga ser uma cidade com uma forte presença universitária existem várias dinâmicas culturais e o Lucky Star, estando integrado nestas mesmas dinâmicas, tem vindo a contribuir para uma maior diversificação da oferta cultural desta cidade. Assim, os meios de atuação deste cineclube inserem-se nesta reconfiguração do movimento cineclubista português, profundamente marcado pela articulação com o digital e também pela descentralização territorial.

Este tema foi escolhido, tal como já foi referido acima, pela cada vez maior necessidade de compreender como é que o cineclubismo, enquanto uma prática cultural e social, se consegue transformar (ou adaptar) numa altura em que os modos de ver e de consumir cinema também se encontram em constante alteração com as plataformas de

streaming cada vez mais populares, com a fragmentação de espectadores e com a crescente digitalização cultural. Portanto, este estudo pretende contribuir para o debate sobre o papel dos cineclubes atualmente e, ao explorar o caso de Braga e do Cineclube Lucky Star, há a preocupação de analisar em que medida é que o cineclubismo continua a ser um instrumento de democratização cultural.

No que diz respeito ao ponto de vista teórico, é articulado vários contributos de autores provenientes de estudos culturais, da sociologia e dos estudos do cineclubismo que fornecem bases para que seja possível entender o cinema como uma prática social e o cineclubismo como um espaço de identidade cultural. Os autores referenciados ao longo do trabalho ajudam assim a estabelecer relações entre o consumo e o sentimento de pertença, a função que os cineclubes têm na construção de comunidades, entre outros.

A escolha de um estudo de caso é possível ser justificada pela possibilidade que este oferece de uma análise contextualizada que combina uma observação empírica com uma reflexão teórica. É importante referir que o Cineclube Lucky Star, para além de ser alvo de uma análise enquanto uma estrutura de exibição, é ainda visto como um agente cultural mobilizador de públicos.

Finalizando, a estrutura da tese está assente em cinco capítulos, sendo o Capítulo 1 um enquadramento histórico e teórico das dimensões do cinema enquanto arte e prática social, onde também é explorada a relação entre cinefilia e os próprios cineclubes como instrumentos na construção de um público cinéfilo; o Capítulo 2 apresenta como é que foram desenvolvidos o cineclubismo e o cinema português e os seus desafios; o Capítulo 3 oferece uma visão para as transformações sofridas pelo cineclubismo até à data; já o Capítulo 4 descrever as opções metodológicas e os procedimentos de recolha de dados; no Capítulo 5 é apresentado o estudo de caso do Cineclube Lucky Star, começando pela sua história até ao impacto cultural aliado à análise e discussão dos resultados obtidos, culminando com a conclusão onde se encontram as principais reflexões e contributos.

Com isto, a dissertação, através da análise de um caso em particular, pretende a ajudar a melhor compreender o papel do cineclubismo português no panorama cultural contemporâneo, sendo este sempre valorizado e visto como um espaço de partilha coletiva e de resistência cultural e social.

Capítulo 1 – O cinema enquanto expressão cultural e social

No contexto das Ciências Sociais e Humanas, o estudo do cinema não é limitado à análise da sua linguagem, mas amplia-se para uma reflexão sobre o seu papel no tecido cultural das sociedades. Com isto, mais do que inquirir “o que é o cinema?”, interessa compreender o que este representou no conjunto das práticas culturais ao longo do século XX.

O cinema constituiu, desde os seus primórdios, uma das principais formas de consumo cultural de massas, assumindo um papel central na circulação de valores e na construção de identidades. A diversidade dos seus públicos, os diferentes modos de receção e fruição, bem como todas as transformações nos acessos e nos contextos de exibição, tornam o cinema um objeto de análise complexo e interdisciplinar.

Tal como Alexandre Melo (2012) refere, o atual sistema de arte contemporâneo engloba três grandes dimensões. Estas são a dimensão económica, cultural e a política e podem ser então aplicadas ao cinema e, neste sentido, importa reconhecer as suas diferentes dimensões enquanto expressão simbólica, indústria criativa, instrumento ideológico e prática social.

No que diz respeito à dimensão económica no cinema, à semelhança do que é retratado em qualquer outra arte, esta remete para quando um filme é visto como um “objeto de um processo económico de produção, circulação e valorização comparável ao processo (...) de qualquer outro produto mercantil” (Melo, 2012). De notar ainda que apesar das outras dimensões poderem ter mais ou menos influência, o cinema e os filmes são produtos de empresas em que o objetivo final do produto que criam é que este seja rentável.

Em oposição das artes plásticas onde a “exclusividade” da obra pode ser um fator para os valores que esta pode adquirir (Melo, 2012), no cinema, maioritariamente, o que gera as receitas são os bilhetes vendidos nas salas de cinema e o número de telespectadores quando o filme é exibido em televisão ou em plataformas de *streaming*. Os produtos audiovisuais, pela sua natureza mediática e circulação mais alargada, tende a ser consumidos por um público mais vasto e heterogéneo, contudo essa aparente abertura universal é condicionada por fatores como o contexto socioeconómico, o acesso às tecnologias, a literacia mediática e as redes de distribuição. Assim, embora qualquer pessoa possa consumir conteúdos audiovisuais, o acesso efetivo e a receção crítica desses conteúdos dependem de diversas variáveis sociais, culturais e económicas.

A maneira de como a arte é inserida na sociedade só é conseguida através da articulação entre as dimensões económica e a cultural (Melo, 2012:14) e isto aplica-se ao cinema enquanto expressão artística porque “se é verdade que as obras cinematográficas são, por inerência,

produtos culturais com carregadas significâncias simbólicas, também é inegável que estas obras são produzidas e colocadas em circulação através de um sistema de mercado” (Graça, 2014).

Assim, é importante entender que a dimensão cultural do cinema é parte da formação de um discurso. Os filmes refletem posturas, pensamentos, práticas, indagações da sociedade em que é produzido acabando por ser, portanto, objetos de um discurso cultural que “recobre o arco que vai das determinações psicológicas da sensibilidade e dos gostos pessoais até aos discursos teóricos, passando pelos diferentes níveis de elaboração e difusão discursiva através dos meios de comunicação social e da Internet” (Melo, 2012).

A dimensão política, em articulação com as outras dimensões já referidas “produz efeitos significativos em termos de legitimação social, na medida em que introduz a representatividade dos Estado como caução e garante da relevância social das obras de arte” (Melo, 2012). No caso do cinema, muitas vezes o Estado, através de agências reguladoras e de fomento, acaba por influenciar o tipo de cinema que deve ou não ser produzido.

Existem dois fatores decisivos para que o Estado tenha um papel tão destacado na cadeia cinematográfica. Primeiramente, os elevados custos de produção de um filme representam um forte risco de mercado para este tipo de produto. Em segundo lugar, a hegemonia que o cinema americano tem em relação a outras cinematografias nacionais em quase todo o mundo. O facto de a indústria cinematográfica americana controlar a distribuição de filmes, são poucos os países que têm um mercado que consiga investir na produção de obras nacionais capazes de gerarem uma margem de lucro.

Susan Sontag, no seu artigo “The Decay of Cinema” (1996), caracteriza a cinefilia como uma forma de amor mais intensa pelo cinema, quase como uma espécie de devoção religiosa. Esta definição, quase um pouco romântica, reflete um ideal que nem sempre é correspondente às práticas cinéfilas atuais. Refere ainda que este amor nasceu da convicção de que o cinema era uma arte que se diferenciava das outras devido, em grande parte, à sua acessibilidade generalizada, à poesia, mistério e erotismo associado (Sontag, 1996). No contexto português da atualidade, este tipo de amor pode assumir formas menos elitistas e mais conectadas à partilha comunitária e até mesmo à fruição informal, tal como acontece em cineclubes como o Lucky Star. Já Antoine de Baecque (2010) apresenta a cinefilia como uma cultura que foi construída à volta do cinema através do cruzamento de práticas contextualizadas em torno do filme, da visão, amor e legitimação deste. Assim, a cinefilia é-nos apresentada como a investigação sobre o cinema (Baecques, 2010).

Contrariamente ao panorama atual de Portugal, Tiago Baptista no seu artigo “Cinemas de estreia e cinemas de bairro em Lisboa (1924-1932)” (2007) dá a conhecer esta diferença entre elites e massas que, durante vários anos marcou a identidade cinéfila portuguesa, uma vez que eram os “cinemas de estreia”, isto é, salas de cinema onde se viam filmes de primeira passagem, e por isso mais caros, mais luxuosos, não eram acessíveis a uma grande parte da população. De ressaltar que, contrariando a tendência europeia, a construção dos primeiros edifícios com o propósito de serem salas de cinema, foi tardia em Portugal (Baptista, 2007:4). No entanto, os cinemas de estreia, mantendo a sua grande concentração no centro da cidade, começaram a ser associados a “outros indícios de uma modernidade urbana capital” (Baptista, 2007:04). Sendo então, estes cinemas de estreia uma novidade no país, a camada da sociedade mais endinheirada tornou a ida ao cinema parte da sua rotina, o que levou a que, por demasiadas vezes, a projeção se tornasse num “plano secundário” e estas deambulações até aos cinemas nada mais eram do que parte de uma demonstração de poder social e económico na época. Estes fatores foram determinantes para que os cinemas de estreia se tornassem um dos maiores, senão mesmo o maior, fator para que a distinção social de públicos e dos diferentes modos de vivência da experiência cinematográfica se começasse a sentir (Baptista, 2007).

Se os cinemas de estreia davam à população mais endinheirada a sensação de que estes pertenciam a uma classe mais elitista do que realmente eram, os cinemas de bairro, dedicados à reposição de filmes que já tinham passado pelos outros cinemas, à medida que foram surgindo, manifestavam “uma vivência do espetáculo cinematográfico radicalmente diferente da dos públicos dos cinemas de estreia “ (Baptista, 2007:7), pois tudo nestas salas se conjugava para a concentração no filme e para proporcionar aos espectadores um bilhete o mais barato possível e, talvez, seria por isso que em todas estas salas a pobreza dos espectadores era tão notória que nem esmola aos pedintes que se encontravam à saída destas conseguiam dar, contudo, apesar desta realidade, eram nestes cinemas que se encontrava “mais liberdade, mais sinceridade e até mais alegria” (Baptista, 2007:10) devido também à quantidade de crianças e aos seus comportamentos “fora da regra” que vinham substituir o silêncio devoto dos cinemas de estreia, ou seja, e nas palavras de Tiago Baptista (2007), era “o namoro no escuro da sala de bairro (...) que substituíu o dandismo e o flirt dos salões de fumo dos cinemas do Chiado”, e mesmo perante uma avalanche de críticas, isto não impediu os cinemas de bairro e os comportamentos registados dos seus espectadores fossem considerados mais autênticos, mais reais, e ,atrevo-me a dizer, mais humanos quando comparados com os frequentadores dos cinemas de estreia (Baptista, 2007).

No contexto desta investigação, coloca-se agora uma questão bastante pertinente: qual o papel que os cineclubes tiveram na propagação e na criação junto das populações deste amor ao cinema? A criação de cineclubes e as primeiras ações de afirmação sistemática do cinema como forma de arte reconhecida na Europa iniciam-se no momento em que o cinema começou a revelar-se como uma indústria cultural e de espetáculo de massas, assim como Paulo Granja dá a conhecer no seu artigo “Cineclubes e cinefilia: entre a cultura de massas e a cultura de elites” (2007) no qual é referido que as salas de cinema eram maioritariamente frequentadas pelas classes médias urbanas e que a indústria cinematográfica dirigia-se, em grande parte, às preferências destas elites o que causava um distanciamento com o resto das massas, o que vai de encontro ao que Tiago Baptista (2007) referenciou, sendo os cinemas de estreia aqueles que a classe social com mais poder económico frequenta, por consequência, o cinema comercializado e produzido ia de encontro ao estilo de vida e preferências deste público. Posto isto, os cineclubes assumiam uma função de constituição e formação de comunidades de cinéfilos tentando combater a indiferenciação das massas, procurando desenvolver competências culturais de interpretação do cinema como arte através da exibição e discussão dos filmes visionados (Granja, 2007). A preferência da grande maioria dos cineclubes da Europa estava centrada nos filmes de vanguarda para atrair as classes médias.

A necessidade que as elites sentiam em “fechar portas”, através dos cineclubes, contra a crescente influência das massas sobre a arte e cultura iniciava uma distinção entre cinefilia popular, não tão preocupada com o sentido estético e cultural do cinema, e uma cinefilia erudita e intelectual, que tinha como principal foco tornar o cinema uma arte (Granja, 2007). Os cineclubes foram apanhados no meio deste divórcio entre elites e massas: por um lado, tinham de atrair o maior número de sócios de forma a legitimar o cinema como uma arte universal, por outro lado, existia sempre a vontade de ver o cinema elevado ao estatuto de arte superior ou arte de elite (Granja, 2007).

Em Portugal, a primeira associação que se podia considerar uma espécie de cineclube, Associação dos Amigos do Cinema, criada em 1924, focava-se em angariar o maior número de adeptos e fomentar o entusiasmo pelo cinema (Granja, 2007).

Como é referido por Paulo Granja (2007), os cinéfilos portugueses também mostravam uma preferência pelo cinema europeu de vanguarda e, com o aparecimento do cinema sonoro, as elites temiam, essencialmente, que a arte cinematográfica ficasse reduzida a algo mais genérico quando comparada a outras artes, como o teatro ou a literatura, de fácil compreensão pela maioria do público. Com efeito, o cinema sonoro acabaria por conquistar a média burguesia, mas acabou por se tornar num simples divertimento de massas fazendo que quanto

mais popular este se tornava, mais desprezado pelas elites era (Granja, 2007). Susan Sontag (1996), refere também o impacto que os filmes sonoros tiveram na cinefilia e no próprio cinema de elites.

Isto levou, anos mais tarde, a que também em Portugal se verificasse uma separação entre cinefilias.

De maneira a satisfazer as necessidades das massas, começaram a surgir cineclubes com um carácter mais popular, mas que nem sempre tinham como foco “legitimar esteticamente o cinema e elevar a cultura cinematográfica do público português” (Granja, 2007:367).

Com a massificação do cinema, vários críticos portugueses começaram a apontar as insuficiências da cinefilia popular, como é o exemplo de José Moutinho que afirmou que “ser cinéfilo não é só ir ao cinema e decorar mecanicamente os nomes e as notas biográficas dos artistas. É mais alguma coisa. Ser cinéfilo é defender o cinema como arte” (Granja, 2007:369).

Apesar destas diferenças, começava a ser notório uma mudança qualitativa no público que frequentava as salas de cinema, contudo a avaliação do interesse cinéfilo e da cultura cinematográfica deste novo público ainda não era unânime surgindo mesmo uma outra frente crítica da cinefilia popular, mas nunca contra as massas, que exigia uma maior responsabilização social das artes (Granja, 2007). Com este tipo de discurso é possível entender que a responsabilização pela falta de cultura já não recai nas massas, mas sim exigia-se um cinema que fosse dirigido a todos para os educar dando uma vertente didático-utilitária a este, tendo o seu epicentro aquando o rescaldo da guerra assim que a questão da divulgação cultural e da educação popular se tornou o foco nas democracias ocidentais como veículo de luta contra o fascismo e de abolição da distância entre as elites e massas fazendo com que o cinema adquirisse uma legitimidade artística e cultural que nunca tivera (Granja, 2007).

Em Portugal, contrariando o conservadorismo das elites tradicionais e da sua recusa em aceitar o cinema como arte, o facto de este estar legitimado como tal noutros países europeus fez com que o desejo de afirmação social de uma elite intelectual que acreditava numa conceção emancipatória de cultura prevalecesse (Granja, 2007). Ainda no ponto de vista da legitimação cultural do cinema, era indispensável “elevar a cultura cinematográfica das massas de modo a levá-las a exigir das salas comerciais a exibição de obras de qualidade e influenciar, desse modo, a própria produção cinematográfica. (...) os cineclubes do pós-guerra iriam, numa atitude que, à distância, só pode ser qualificada de paternalista, alimentar a ilusão de que conseguiriam abolir a distância que os separava das massas, levando-as, sem transigir com os seus gostos, a alterar drasticamente a sua relação com o cinema” (Granja, 2007:375).

Para que isto fosse possível, era necessário abordar as elites tradicionais, uma vez que eram estas que possuíam o capital simbólico para legitimar o cinema e, por outro lado, os cineclubes não deveriam deixar de ambicionar o reconhecimento dos seus pares. Contudo, mesmo no pós-guerra, um dos temas mais recorrentes nos discursos de críticos era o apelo aos intelectuais para que demonstrassem um maior interesse pelo cinema (Granja, 2007).

Não obstante os esforços levados a cabo pelos cineclubes para a afirmação da universalidade do cinema através da divulgação da cultura cinematográfica pelas massas, este legitimou-se com a formação de pequenos núcleos de cinéfilos vindos de elites intelectuais (Granja, 2007).

Apesar de todos os esforços para criar uma comunidade de cinéfilos entre as massas, “a arte que os cineclubes do pós-guerra tinham procurado legitimar, afirmando a sua “universalidade” no quadro de uma valorização democrática (...) das massas, voltava, tal como nos anos 20, a afirmar-se contra o grande público, em nome da autonomia da arte e do criador artístico, no seio dos próprios cineclubes. Entre a cultura de massas e a cultura de elites, os cineclubes e a cinefilia talvez tenham, afinal, apenas sido vítimas das exigências contraditórias da experiência estética, que o século XX viria a exacerbar: a atração pelo carácter exclusivo de uma experiência eminentemente individual e a necessidade de comunicar essa experiência a um universo social de pertença” (Granja, 2007).

Capítulo 2 – O cineclubismo e o cinema português: história, identidade e desafios

O cineclubismo em Portugal constitui um fenómeno cultural que atravessa diferentes períodos históricos e contextos sociopolíticos, assumindo o papel de um dos principais motores de formação de públicos e de mediação cinematográfica. Mais do que simples espaço de exibição, os cineclubes configuram-se como instâncias de legitimação cultural e de intervenção cívica, que moldaram de forma decisiva a relação entre espectadores, filmes e práticas sociais

Este capítulo integra duas dimensões complementares: a evolução histórica do cineclubismo português e a caracterização do cinema nacional enquanto campo estético, cultural e institucional. Por integrar duas dimensões, o objetivo também é duplo: por um lado, compreender o papel desempenhado pelos cineclubes na difusão de cinematografias alternativas e no processo de formação cultural; e, por outro, evidenciar a interdependência entre cineclubes e cinema português, sobretudo no que diz respeito à legitimação simbólica e à criação de condições de receção crítica.

A articulação entre estas duas dimensões permite assim entender que o cineclubismo não é apenas uma atividade associativa, mas um espaço onde se configuram discursos culturais e se constroem memórias coletivas. Este enquadramento releva-se indispensável para a análise do caso de estudo de Cineclubes Lucky Star, em Braga, que será abordado em capítulos posteriores.

2.1. Origens e evolução do movimento cineclubista em Portugal

O cineclubismo em Portugal está inserido num movimento internacional cultural que marcou o país. Este foi muito inspirado pelo modelo francês e, assim sendo, os primeiros cineclubes procuravam, principalmente, a afirmação do cinema como uma forma de arte, dando-lhe mais dimensão do que sendo apenas um produtor comerciável (Pereira, 2007).

Entre 1920 e 1930, o cinema em Portugal começou a ganhar estatuto como um fenómeno cultural de massas e, em 1940, surgiram as primeiras associações cineclubistas, como foi o caso do Belcine – Clube de Cinema da Parede, em 1943, e o Clube Português de Cinematografia, em 1945 (Cunha, 2013). Eram nestes primeiros cineclubes que várias camadas da sociedade se reuniam (estudantes, críticos, intelectuais) com o intuito de promover uma cultura cinematográfica alternativa através do cinema de autor, produções europeias e até mesmo de obras censuradas ou ignoradas pela distribuição comercial, tal como é referido por

Paulo Cunha (2013). Este foi o período inicial do cineclubismo português em que os cineclubes funcionavam de forma espontânea e que, nos anos seguintes, ajudaram a cimentar uma cinefilia ligada à reflexão estética e social do cinema (Morin, 1980).

Quando António de Oliveira Salazar, em 1933, instaurou a ditadura do Estado Novo, o cineclubismo português foi alvo de uma intensa vigilância e repressão. Tendo o cinema sido considerado uma forma de propaganda política e, simultaneamente, uma ferramenta de oposição ao regime (Torgal, 1996), todas as atividades de exibição e debate estavam sujeitas a uma censura prévia por parte do governo. Foi assim que os cineclubes portugueses se tornaram espaços de resistência cultural, pois mantiveram uma atividade constante através da exibição de filmes estrangeiros e de debates organizados, uma vez que, e tal como é mencionado por Cunha (2013), o simples ato de exibição de um filme considerado proibido ou o apelo ao debate era um ato político.

Com a fundação da Federação Portuguesa de Cineclubes (FPCC) em 1956, o movimento cineclubista, que deveria ter ganho ainda mais força, foi tomado de surpresa aquando da integração desta pelo Estado e, tal como Paulo Monteiro (2000) afirma, a FPCC tornou-se mais um elemento de vigilância. Posto isto, o movimento teve de adotar uma postura de resistência mais discreta com a criação de pontos estratégicos onde temas que eram censurados pelo Estado Novo eram discutidos e era exibido filmes também estes proibidos (Baptista, 2010). De ressaltar ainda a importância que cineclubes universitários como os do Porto, Lisboa e Coimbra tiveram em termos de serem uma grande frente de resistência ao regime.

Paralelamente à criação da FPCC, entre os anos 50 e 60 nasceu o chamado Novo Cinema Português, onde a estética e reflexão política ganharam mais destaque e futuros realizadores como Fernando Lopes e António-Pedro Vasconcelos tiveram o primeiro contacto com o cinema de autor inserido nos cineclubes nestas décadas inspirado na Nouvelle Vague francesa e no Neorrealismo italiano (Costa, 2015). Posto isto, os cineclubes tornaram-se verdadeiros centros de cidadania e cinéfila (Pereira, 2010) apesar de todas as limitações que lhes eram impostas pelo Estado Novo.

Paulo Cunha (2013) afirma que a revolução do 25 de abril voltou a dar aos cineclubes a oportunidade de estes serem espaços livres de exibição, criação e discussão sobre cinema, uma vez que esta revolução representou um momento de rutura da cultura portuguesa e, para os cineclubes, expressava-se através da queda da censura e a consagração da liberdade de

associação levando a uma explosão cineclubista nos anos que se seguiram. Foi assim que em sítios mais remotos de Portugal, onde as estruturas municipais culturais eram inexistentes, os cineclubes tornaram-se o primeiro contacto destas populações com o cinema não comercial, levando-os a tornarem-se autênticos centros de dinamização cultural (Pina, 2017).

Por volta de 1980, o movimento cineclubista tinha à sua frente um duplo desafio: por um lado, a profissionalização do setor audiovisual levou ao decréscimo da militância cultural; por outro, começavam a surgir as primeiras transformações tecnológicas, como foi o caso do aparecimento do DVD. Com o aparecimento destes novos suportes, a relação dos espectadores com os cineclubes alterou-se, ou seja, a fruição do cinema passou de um espaço coletivo para um espaço privado (Bordwell, 2012). Contudo, muitos cineclubes conseguiram adaptar-se, muitas vezes com a ajuda da Federação Portuguesa de Cineclubes que desempenhou um papel fundamental nas décadas de 1980 e 1990. Está conseguiu consolidar-se como uma estrutura de representação nacional e garantia de ligação entre as instituições públicas e os cineclubes e isso é possível ser confirmado em documentos datados de 1995 da FPCC.

No entanto, a viragem do século trouxe consigo novos desafios que afetaram principalmente a presença de públicos mais jovens devido à crescente globalização cultural (Tryon, 2013; Napoli, 2011). De maneira a darem resposta, vários cineclubes apostaram em colaborações com universidades e festivais revitalizando o seu papel de mediador (Pereira, 2010).

2.2. O cinema português: identidade, contextos e dificuldades

A história do cinema português e do cineclubismo estão bastante entrelaçadas. O cinema português é caracterizado por um percurso complexo. Entre as obras de Manoel de Oliveira ou António Lopes, a cinematográfica portuguesa tem oscilado entre a dificuldade em garantir a sustentabilidade económica e a procura por uma estética própria (Grilo, 2006). Tal como é afirmado por Maria João Madeira (2004), o cinema português foi construído entre a simbologia e a precariedade material.

Nos anos do Estado Novo, o cinema foi tanto um instrumento de resistência como de propaganda política. António Ferro é uma das personalidades que mais é associada ao desenvolvimento do cinema português através da sua famosa “Política de Espírito”, que consistia num projeto cultural artístico (Cunha, 2006), ou seja, uma política que tinha como

principal objetivo favorecer a cultura através da criação de uma arte com um teor nacionalista (Ribeiro, 2010). Para além disto, a “Política de Espírito” pretendia, de certa forma, doutrinar as massas através da integração das mais variadas expressões artísticas nesta política (Ribeiro, 2010) e, assim, o cinema adquiriu um lugar de destaque na política de António Ferro devido ao seu poder de alcance e maior impacto junto do público-alvo (Cunha, 2006).

Como já foi referido, o cinema era então um dos instrumentos mais importantes para a disseminação da propaganda do Estado Novo pois este refletia as ideologias do regime. É de ressaltar que a utilização do cinema como uma arma de propaganda não aconteceu apenas no regime de Salazar, mas isto também se verificou em Itália com o regime fascista e em Espanha (Torgal, 1996).

O cinema português teve duas fases distintas de evolução. Nos anos 30, deu-se a estreia do primeiro filme sonoro realizado em Portugal. Contudo, nos primeiros anos do Estado Novo a produção de cinema nacional foi bastante escassa devido à falta de confiança que este setor transmitia e às dificuldades em incorporar novas técnicas de som (Piçarra, 2006). Apesar de todos os entraves, em 1937, estreou o primeiro filme com características assumidamente de propaganda com a intenção de disseminar uma imagem um tanto idílica do Estado Novo intitulado “A Revolução de Maio”, mas este não teve um grande impacto no público português (Piçarra, 2006). Este fracasso acabou por colocar em causa a produção de filmes semelhantes e diminuiu a confiança de Salazar no projeto de António Ferro (Piçarra, 2006). Para além disto, a situação económica em Portugal é um fator a ter em conta pois contribuiu, em grande parte, para o fracasso destes (Ribeiro, 2010).

A segunda fase do cinema português deu-se nos anos 40 em que, mais tarde, foi considerada a época dourada do cinema de propaganda, apesar de este seguir um caminho diferente daquele que António Ferro tinha inicialmente idealizado (Piçarra, 2006). Durante a época de 40 foram realizadas várias longas-metragens bastante conhecidas ainda hoje, como “O Pai Tirano” e o “Pátio das Cantigas”. E, foi também nesta altura que António Lopes Ribeiro e o seu irmão Francisco Ribeiro ganharam protagonismo por personificarem os ideais do regime nas obras que criavam. Como tal, os filmes exibidos, e financiados pelo próprio regime, mostravam à população como a sua vida era digna e como todos os portugueses deveriam viver segundo esta ideologia. António Lopes Ribeiro e Francisco Ribeiro, através dos seus filmes, transmitiam às massas o nacionalismo com a introdução de várias referências, muitas vezes subtilezas, ao longo das produções exibidas (Piçarra, 2006) e, tendo o cinema uma função lúdica, a promoção dos valores do regime de Salazar era realizada de uma forma bastante eficaz, o que, por sua vez, ajudava a manter a ordem no país (Piçarra 2006). O cinema produzido nestas

décadas foi então dominado pela necessidade de desempenhar a função de “formar” e educar a população (Ribeiro, 2010).

Mesmo com todo o investimento no cinema português, no final dos anos 40 este tinha perdido um pouco o interesse o que se deveu, maioritariamente, à falta de capital e de investimento e a falta de bons realizadores e melhores cinemas que se verificava (Ribeiro, 2010). Posto isto, pode-se considerar que até 1955 não existia realmente uma indústria cinematográfica portuguesa (Ribeiro, 2010).

Falando agora na década de 50, o cinema português começou a ser apoiado por instituições não-governamentais, contudo, os temas que eram relatados nestas longas-metragens eram bastante semelhantes aos referidos em produções anteriores (Ribeiro, 2010). Por outro lado, nos anos 60, e apesar do isolacionismo que estava imposto a Portugal, deu-se uma ascensão, mesmo que lenta, de uma nova geração com vontade de fazer uma mudança no cinema português (Ribeiro, 2010). De notar, no entanto, e tal como é referido por Paulo Monteiro no livro “O Cinema sob o olhar de Salazar” (2000), que o cinema português nos anos sessenta não podia ser considerado um cinema politicamente conservador, já que, desde muito cedo, António Ferro decidiu incorporar um programa estético vanguardista.

Este novo cinema nasceu em Portugal praticamente do nada uma vez que, o apogeu vivido nos anos quarenta teve uma grande descida a meio da década de cinquenta (Monteiro, 2000). É importante referir ainda que a razão para esta decadência não estava centrada na falta de público e na procura pelo cinema, mas sim para a decadência da produção nacional, como é mencionado por Paulo Monteiro (2000). Para melhor se compreender o quão significativo foi este triunfo do novo cinema português tem de se ressaltar que este foi conseguido “sobre a cinzas dos movimentos mais politicamente perigosos para o Estado Novo, como o cineclubismo e o neorrealismo” (Monteiro, 2000:307), uma vez que este novo cinema fez com que vários realizadores se aproximassem dos cineclubes, uma vez que estes eram espaços de debates estéticos. De ressaltar que este novo cinema trouxe à cinematografia portuguesa novos temas como a exploração do quotidiano, da memória e da subjetividade (Costa, 1981)

Contudo, a produção cinematográfica portuguesa foi desde cedo condicionada pela escassez de recursos financeiros, pelas políticas culturais em constante mudança, pela reduzida dimensão do mercado e pela dificuldade de penetração no circuito comercial (Madeira, 2004: ICA, 2023). Em consequência disto, muitos filmes viram nos cineclubes um espaço privilegiado para chegar a públicos interessados. O Instituto do Cinema e Audiovisual (ICA) desempenhou um papel fulcral no que diz respeito ao financiamento, mas a irregularidade destes apoios acabou por dificultar a continuidade de muitos projetos emergentes. Os

cineclubes há muito que se vinham a protestar contra o estado do cinema português nos anos cinquenta e, em agosto de 1955, no I Encontro Nacional de Cineclubes Portugueses, os presentes nas suas conclusões defendiam “a necessidade de uma legislação adequada, que regulasse o “Estatuto do Cinema não Comercial”, uma maior facilidade na obtenção de cópias de filmes, a edição de documentos e revistas especializadas” (Monteiro, 2000:308). Apesar destas “exigências”, a resposta do Estado não foi de todo favorável: em 1957 foi proibida a exibição livre de filmes de formato reduzido; em 1959 o encontro nacional de cineclubes foi proibido e este ataque por parte do Estado Novo fez então com que o apogeu verificado por parte dos cineclubes na década anterior não se pudesse estender (Monteiro, 2000:308). Paralelamente, e com a criação da Federação Portuguesa de Cineclubes através do Decreto-Lei nº 40 572 de 16 de abril de 1956, os cineclubes tornaram-se “simples episódios do circuito comercial de arte e ensaio e sobretudo punha debaixo de controlo o que antes era um movimento disperso e subversivo” (Monteiro, 2000:308)

2.3. A articulação entre cineclubes e o cinema português

Historicamente, e tal como mencionado acima, os cineclubes desempenham um papel de mediação fundamental entre a produção cinematográfica nacional e os públicos. Isto é particularmente notório em períodos em que a exibição comercial era residual e foram os cineclubes que garantiram a visibilidade de filmes portugueses independentes através da programação de ciclos dedicados a cineastas nacionais, organização de debates e envolvimento da comunidade na receção das obras (Cunha, 2013; Pereira, 2010).

Pierre Bourdieu, em 1979, apresentou a teoria do consumo cultural e esta serve para compreender ainda melhor o papel dos cineclubes neste contexto. Bourdieu (1979), afirma que o gosto não é apenas uma escolha individual, mas o resultado de um habitus socialmente construído e, posto isto, os cineclubes quando selecionam e enquadram obras portuguesas nos seus ciclos criam públicos que aprendem a valorizar estéticas menos convencionais. Para além disto, e tal como é referido por Stuart Hall (1997), a identidade cultural é como que negociada na receção, ou seja, neste contexto cineclubista, ver cinema de origem portuguesa traduz-se na integração numa comunidade de interpretação, onde a obra é debatida coletivamente. Adicionalmente, os cineclubes constituíram espaços de memória e arquivo: mantiveram vivas obras pouco visíveis e promoveram a preservação de identidade cultural e a consolidação de uma cinefilia portuguesa. A crítica de Ana Catarina Pereira (2010) sublinha precisamente esta

dimensão identitária, defendendo que a cinefilia construída em Portugal é inseparável da atuação dos cineclubes enquanto núcleos de resistência cultural e de valorização do cinema nacional. Com isto, pode-se afirmar que a articulação entre o cinema português e o cineclubismo não é limitado à exibição e duração desta. É o equivalente a um processo que confere valor cultural a filmes que, na grande maioria dos casos, são como que marginalizados pelo mercado e ao fazê-lo, os cineclubes contribuem para a afirmação de uma identidade cinematográfica nacional plural e crítica.

Tal como é referido por Paulo Cunha (2013), o movimento de cineclubes é uma parte um tanto complexa da história do cinema português devido aos inúmeros obstáculos que este movimento e os seus membros atravessaram, particularmente durante a época do Estado Novo pois o movimento cineclubista desempenhou um papel de extrema importância no que remete para a resistência cultural e de oposição à ditadura e, do ponto de vista académico, muito pouco tem sido estudado acerca deste assunto (Pereira, 2010). Segundo Manuel Pina (2017), a essência do cineclubismo residia na paixão pelo cinema e na possibilidade que os cineclubes ofereciam à população de usufruírem de um prazer que, de outro modo, não teriam oportunidade de experienciar. É ainda importante referir que “esta nova geração de cinéfilos denota um forte entusiasmo cinéfilo e político e prova que afinal o público português não era tão mau como muitos pretendiam afirmar” (Cunha, 2013:2), para além de os principais membros deste movimento serem estudantes universitários.

O movimento neorrealista e o movimento cineclubista, apesar de terem percursos diferentes, encontraram-se tendo como foco principal a renovação do cinema português através da realização de Dom Roberto (1962). Contudo, este projeto revelou ser a falência dos dois movimentos pois, apesar de esta obra ter sido criada num período de entusiasmo dos dois movimentos, nos anos seguintes este cenário rapidamente se dissipou com a dissolução da revista Imagem, o abrandamento na formação de novos cineclubes e, como consequência, a diminuição do número de associados (Cunha, 2013). Como Paulo Cunha afirma (2013), a fragmentação do público cineclubista devia-se ainda ao ambiente cultural vivido, ou seja, o público do cinema português diminuiu em número, mas tornou-se cada vez mais exigente e seletivo no que respeitava à oferta cinematográfica. Com isto, é possível dizer que durante a década de 60, o movimento cineclubista sobreviveu, mas acabou por perder grande parte da sua influência cultural e social que tinha conquistado nos anos anteriores (Cunha, 2013).

É necessário olhar também para todos os ganhos culturais que os cineclubes trouxeram para Portugal, sendo o maior deles a legitimação do cinema como arte no país e isto foi conseguido graças ao facto de os cineclubes motivarem a escrita e o debate sobre cinema

(Pereira, 2010). Com a queda do regime do Estado Novo, surgiu uma nova fase para o movimento cineclubista, pois, pela primeira vez, estes estavam rodeados por uma nova realidade político-social onde poderiam exprimir-se livremente e teriam de se adaptar a ela (Pina, 2017).

Capítulo 3 – O cineclubismo no século XXI: novos públicos, mediação cultural e transformações digitais

Tendo em conta os avanços tecnológicos, políticos sociais e até mesmo culturais, é de esperar que o cineclubismo e os cineclubes não pudessem continuar com a mesma trajetória e com as mesmas práticas que anteriormente foram verificadas. Assim, este capítulo pretende deixar umas luzes sobre o novo papel dos cineclubes e do cineclubismo em si tendo em conta estes avanços verificados e as novas exigências dos públicos.

3.1. O cineclubismo no século XXI: rede e novas dinâmicas

Com o início do século XXI surgiram transformações profundas no panorama cultural e mediático. A emergência do cinema digital e a expansão do streaming alteraram radicalmente os modos de produção e de consumo (Tryon, 2013; Napoli, 2011). Neste contexto, os cineclubes portugueses enfrentam novos desafios, mas também novas oportunidades.

De acordo com Henry Jenkins (2006), atualmente vivemos numa era de cultura de convergência em que todos os conteúdos circulam entre múltiplas plataformas, o que tem como vantagem a democratização da circulação de conteúdo, mas também traz consigo uma crescente individualização das práticas culturais. Sendo o carácter coletivo dos cineclubes um dos seus aspetos mais importantes, este ficou ameaçada (Bordwell, 2012), o que levou a que tenham procurado redefinir o seu papel enquanto mediadores culturais, uma vez que a capacidade de promover o debate característica dos cineclubes é onde reside uma grande parte do seu valor (Pereira, 2010).

A Federação Portuguesa de Cineclubes (FPCC), criada em 1956, nos últimos anos tem procurado adaptar-se a esta nova realidade digital através de parcerias com escolas e universidades, promoção de mostras temáticas de cinema português contemporâneo, entre outros (FPCC, 2021). É ainda importante reconhecer que a instabilidade dos financiamentos públicos, os desaparecimentos de alguns espaços de exibição continuam a ameaçar a continuidade dos cineclubes (ICA, 2023). Todavia, as iniciativas de cooperação entre cineclubes, onde os cineclubes com maior capacidade consigam apoiar os mais frágeis, garantindo com isto a continuidade de uma programação diversificada em todo o território (DGArtes, 2010), e os programas de apoio da DGArtes e do ICA revelam uma vontade de reconfiguração e inovação. Tomando estas ações, os cineclubes conseguem afirmar a sua

função como plataforma de descentralização cultural e de mediadores entre o cinema e a comunidade local (DGArtes, 2019). Aliás, a descentralização é um dos elementos mais relevantes do cineclubismo e, como defende Lima dos Santos (1994), estes tipos de práticas culturais descentralizadas das grandes cidades ajudam a diversificar o acesso, garantindo a democratização da cultura cinematográfica, e a fortalecer o laço com as comunidades onde estes se inserem. É importante compreender ainda que a rede nacional de cineclubes deve ser entendida como uma malha cultural descentralizada, que contrasta com a tendência centralizadora das grandes instituições culturais localiza das em Lisboa e no Porto. Esta rede não é apenas funcional, mas também simbólica, pois cria um sentimento de pertença e identidade coletiva entre diferentes associações e uma das funções mais relevantes dos cineclubes prende-se com isto mesmo: a promoção da descentralização cultural (Pereira, 2007). Um exemplo desta realidade é o Cineclube Lucky Star, em Braga, que se tem mostrado capaz de se renovar e adaptar mediante as alterações sentidas nos últimos anos. Segundo Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2007), a realidade atual é a era do ecrã global, onde o cinema está diluído entre as mais variadas formas audiovisuais. Continuando o cinema a desempenhar um papel identitário fundamental, neste cenário os cineclubes funcionam como pontos de resistência simbólica, preservando a experiência coletiva da prática cinematográfica (Bauman, 2000).

Posto isto, o século XXI não representa o fim dos cineclubes, mas sim o renascimento destes. Os cineclubes portugueses continuam a desempenhar um papel fundamental no que remete para a mediação entre o cinema e o público onde garantem que o ato de ver um filme é uma experiência partilhada, e são ainda espaços de cinefilia onde a inovação e tradição conseguem coexistir, assegurando a vitalidade do movimento.

3.2. O cineclubismo enquanto mediador na época digital

O cineclubismo, como já foi referido anteriormente, sempre teve uma função de mediação cultural, contudo com o início do século XXI verificou-se várias alterações no campo cinematográfico, tanto a nível nacional como ao nível internacional, o que obrigou os cineclubes a levarem a cabo uma redefinição do seu papel e a um novo reposicionamento perante as novas formas de produção, de consumo e mesmo de distribuição de cinema.

Uma destas novas transformações, e talvez a maior, aconteceu ao nível da emergência do cinema digital através da generalização das plataformas de streaming e do acesso à internet,

o que levou a que a fragmentação dos públicos e a personalização do consumo se tornassem uma das características centrais deste novo “ambiente” cinematográfico, tal como é mencionado por Napoli (2011). Neste cenário, o estatuto que os cineclubes detinham de serem meios de acesso a cinematografias que muito dificilmente se encontravam nos circuitos comerciais ficou mais fragilizado e estes passaram a ter de competir com um novo universo de ofertas que, aparentemente, seria ilimitado. No entanto, estas transformações não desacreditou ou retirou o mérito que os cineclubes têm enquanto mediador cultural, uma vez que a cultura de convergência de meios não elimina outras instituições tradicionais, mas antes obriga-as a que se adaptem e que tomem novas posições (Jenkins, 2006). Assim, neste novo contexto, os cineclubes acabaram por se transformar em espaços de resistência à lógica individualista das novas plataformas digitais preservando a experiência coletiva e a construção de uma cinefilia comunitária que tanto lhes é característico. Lipovetsky e Serroy (2007) apresentam esta nova época como a “era do ecrã global”, uma vez que o cinema está disperso por múltiplos ecrãs e, face a este fenómeno, os cineclubes ao oferecerem sessões presenciais, muitas delas acompanhadas por debates, funcionam quase como um contrapeso à dispersão verificada. Mais ainda, serve como reforço do que estes têm para oferecer no que toca à experiência cinematográfica e ao fator social que lhes é inerente. Para além disto, e como é defendido por Bourdieu (1979), o consumo cultural é pautado pelos mais variados mecanismos de distinção social e, neste sentido, os cineclubes para além de fazerem uma seleção cuidada das obras que apresentam, também se enquadram em vários discursos críticos que ajudam e orientam o públicos, ou seja, estes acabam por manter uma função de legitimação cultural, devido à falta de neutralidade que se reflete, não só nas escolhas das obras cinematográficas, mas também na própria formação de gostos culturais.

No caso de Portugal, a função de mediador cultural que os cineclubes representam é particularmente relevante. Tanto Cunha (2013) como Pereira (2010) apontam para uma fragilidade do mercado nacional e uma reduzida circulação do cinema português, o que faz com que os cineclubes sejam espaços distintos onde é possível encontrar obras que, com muita dificuldade, chegaram a um público maior. A curadoria que só os cineclubes são capazes de trazer, mesmo na era digital em que existem várias plataformas que prometem um acesso ilimitado, continua a ter um papel essencial tanto na construção de uma comunidade em torno do cinema, como a contextualizar e a interpretar várias obras e ciclos cinematográficos que, na grande maioria das vezes, não teríamos acesso com as restantes plataformas digitais. Com isto, é importante destacar que o cineclubismo e os cineclubes assumem-se não apenas como objetos de mediação de filmes, mas também de práticas culturais ao conseguirem articular a tradição

que lhes é inerente e a inovação a que tiverem de se adaptar. Os debates, ciclos cinematográficos e os espaços de encontro que são criados pelos cineclubes para os espetadores faz com que estes últimos não sejam apenas “consumidores passivos de imagens” (Eco, 1992), mas sim sujeitos ativos e é precisamente esta dimensão participativa que constitui o centro da função mediadora que estes desempenham nesta nova era da globalização.

3.3. Dinâmicas contemporâneas do consumo cinematográfico e das práticas cinéfilas

É importante entender que o consumo de cinema atualmente está pautado por uma multiplicidade de transformações devido à digitalização da produção e à disseminação das plataformas de streaming. O resultado destas transformações é, tal como foi referido anteriormente, um contexto cultural que se caracteriza pela grande fragmentação dos públicos o que leva a uma individualização da experiência cinematográfica.

David Bordwell (2012) afirma que as experiências cinematográficas já não estão exclusivamente destinadas ao espaço de uma sala de cinema e, atualmente, podem estender-se por vários ecrãs, como os telemóveis, computadores, entre outros). Consequentemente, esta nova portabilidade e, de certa maneira, novo conforto, fez com que a forma como o cinema é consumido se transformasse: passou a existir uma disponibilidade constante de conteúdos, mas, em contrapartida, o ritual da experiência cinematográfica e de partilha degradou-se. No seu livro “Modernidade Líquida” (2000), Zygmunt Bauman oferece uma perspetiva sobre esta nova dinâmica: a “modernidade líquida” caracterizada pela instabilidade e fluidez das práticas sociais. Este conceito pode ser aplicável ao caso do cineclubismo e do cinema uma vez que esta “liquidez” se traduz na forma rápida, descartável e de fácil substituição em que o cinema se tem inserido. Para além disto, a abundância de escolha, característica das plataformas de streaming, acaba por se tornar muito dispersa e até superficial.

Um dos grandes “problemas” deste tipo de plataformas de streaming, passa pelo facto de estas utilizarem um algoritmo que faz com que haja uma tendência, ou predisposição, para o que é apresentado ao espectador e, como é defendido por Tryon (2013), este tipo de modelo de recomendações mais personalizadas não promove a diversidade e cria “bolhas de gosto” que, de uma maneira ou de outra, limita o contato de quem está a assistir de conhecer outras obras cinematográficas. E é precisamente neste quadro que entram os cineclubes com o seu papel de curadores: ao mesmo tempo que os algoritmos das plataformas privilegiam uma certa

previsibilidade nas escolhas, os cineclubes valorizam a diferenciação estética. Contudo, é necessário ter em conta que o consumo cinematográfico atualmente não é totalmente homogêneo. Napoli (2011) faz uma distinção entre consumidores ocasionais, ou seja, os que veem o cinema como uma forma de entretenimento, e os consumidores especializados, os que desenvolvem práticas cinéfilas mais profundas. Neste contexto, os cineclubes são como um polo de agregação deste último tipo de consumidores, contudo existe ainda a dificuldade em atrair os consumidores mais casuais que estão, geralmente, mais habituados ao cinema digital imediato. Vários cineclubes têm optado por modelos híbridos, onde são combinadas as sessões presenciais com debates ou a partilha de críticas e ensaios em blogs e redes sociais (Cunha, 2020). De acordo com Jenkins (2006), os públicos não se limitam a consumir conteúdo, mas também a produzir, a comentar e a partilhá-los.

Segundo estudos recentes do Observatório do Cinema e do Audiovisual (ICA, 2023) é-nos revelada uma tendência, sobretudo entre o público mais jovem, para a diminuição da ida às salas de cinema e a crescente preferência pelas plataformas digitais. Contudo é de destacar também a existência de um pequeno grupo que continua interessado em cinema de autor e nas experiências coletivas de exibição que os cineclubes fomentam. O estudo de Ana Catarina Pereira (2010) ganha aqui especial relevância, no sentido em que esta observou que muitos dos cineclubes atualmente ativos encontram nos estudantes universitários o seu público-alvo e a presença destas organizações em cidades como Braga ou Coimbra serve para demonstrar como o meio académico tem um papel quase vital para a longevidade do movimento cineclubista.

Com isto, pode-se afirmar que as dinâmicas do consumo cinematográfico atuais mostram uma constante tensão entre o coletivo e o individual sendo que os cineclubes foram apanhados precisamente no cruzamento entre estes dois tipos de experiências dos consumidores e podem oferecer uma alternativa resistente a esta tendência aliando os novos hábitos de consumo verificados na sociedade sem nunca terem de abdicar da formação de públicos e comunidades cinéfilas, uma vez que continuam a assegurar a sua dimensão comunitária.

Capítulo 4 – Opções Metodológicas

Este capítulo explicita em detalhe quais as opções metodológicas escolhidas para a investigação no que remete para as novas dinâmicas do cineclubismo em Portugal, com foco no Cineclube Lucky Star. Aqui o principal objetivo é o de compreender, essencialmente, as práticas culturais para além dos fenómenos visíveis que estão associados a este cineclube permitindo analisar as transformações deste mediante a evolução da indústria cinematográfica portuguesa e o próprio consumo cineclubista atualmente.

De salientar que as questões de investigação que orientaram o estudo, os métodos e instrumentos de recolha de dados, assim como os procedimentos de análise, sempre seguindo a análise de conteúdo temática de Bardin (1977/2011) vão ser descritas.

4.1. Questões de investigação

Tendo como base o enquadramento teórico desenvolvido anteriormente e os objetivos desta investigação, as seguintes questões de investigação foram elaboradas:

1. Como é que o Cineclube Lucky Star tem conseguido manter a sua identidade cineclubística e adaptar-se, ao mesmo tempo, às transformações tecnológicas e culturais contemporâneas?
2. De que formas é que as estratégias adotadas pelo cineclube têm como preocupação a formação de públicos e para a mediação cultural?
3. Em que medida é que este cineclube vai de encontro, ou não, às tendências gerais do cineclubismo português, tal como é discutido na literatura recente?

Foram estas questões que serviram de fio condutor entre o estudo empírico e a teoria analisada.

4.2. Abordagem metodológica geral

A investigação aqui apresentada segue a lógica de uma abordagem metodológica qualitativa, com natureza exploratória e interpretativa, sendo a mais adequada para a melhor compreensão das dinâmicas culturais associadas às práticas cineclubistas contemporâneas e, tal como é referido por Flick (2009), este tipo de investigação é a mais apropriada para

entender fenómenos culturais. O principal objetivo é o de analisar o caso do Cineclube Lucky Star, em Braga, procurando entender qual o papel que este desempenha enquanto agente de curadoria cultural, formação de públicos e dinamização de uma cinefilia crítica, uma vez que este cineclube é um caso de grande relevância por combinar uma programação de cinema independente, debates em torno das obras exibidas. O método escolhido de realizar entrevistas, da observação direta e a análise documental vai muito de encontro com o objetivo de compreender as novas dinâmicas do cineclubismo português.

O estudo de caso foi selecionado como estratégia metodológica pela sua capacidade de fornecer uma análise mais aprofundada e, por isso mesmo, mais contextualizada de um fenómeno delimitado no tempo e no espaço (Yin, 2001). O Cineclube Lucky Star constitui um objeto de estudo bastante pertinente por se tratar de um cineclube ativo e independente, com uma forte ligação à comunidade local, sendo também um exemplo de dinamismo cultural fora das grandes cidades como o Porto ou Lisboa.

Com isto, a metodologia adotada tem como principais objetivos analisar e captar as práticas culturais visíveis, como serve de exemplo os eventos por este realizados ou a programação, mas também todas as outras perceções construídas em torno da experiência cineclubista.

4.3. Técnicas de recolha de dados

Foram utilizadas diversas técnicas de recolha de dados, de maneira que fosse possível garantir uma abordagem mais rica. Entre elas destacam-se: a observação direta de sessões e atividades do cineclube; a análise documental de materiais produzidos pelo Lucky Star como os programas, blog e redes sociais; entrevista semiestruturada com elemento da organização.

No que diz respeito à entrevista semiestruturada, esta foi a principal técnica de recolha de dados utilizada pois, através destas, de acordo com Kvale e Brinkmann (2009), é possível explorar mais em profundidade as experiências dos participantes. A entrevista foi realizada ao presidente deste cineclube, tendo uma duração aproximada de 120 minutos. Esta foi gravada em formato de áudio, com o consentimento informado do participante, e posteriormente transcrita. O guião das entrevistas seguiu uma lógica construída a partir da revisão da literatura (anexo A), mas manteve-se sempre com um carácter muito flexível.

Já a observação direta, neste caso a observação de uma sessão de cinema promovida pelo cineclube, foi feita de forma participante pois foi possível uma melhor compreensão das

interações num contexto natural, o que no caso do Lucky Star a observação possibilitou analisar a interação entre público e organização, a atmosfera geral e a própria dinâmica das sessões.

Além da entrevista e da observação direta, a análise documental também desempenhou um papel fulcral para compreender a linha editorial do cineclube e a posição deste perante o público. Isto foi possível através das publicações no blogue deste, na página do Instagram, dos ciclos programados.

Estas técnicas permitem captar diferentes dimensões do objeto de estudo: práticas discursivas, estratégias curatoriais, dinâmicas sociais e percepções dos envolvidos.

Todos os dados recolhidos foram tratados de acordo com o modelo de análise de conteúdo temática, tal como o modelo proposto por Laurence Bardin (1977/2011).

De acordo com Bardin (2011:48), análise de conteúdo “é um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e receção dessas mensagens”.

Seguindo então esta abordagem, o processo de análise foi realizado por etapas. A primeira diz respeito a uma pré-análise, ou seja, uma leitura de documentos. De seguida, a exploração do material passou pela identificação de categorias temáticas. Por fim, no seguimento da interpretação e tratamento, foi procurado compreender como é que as práticas do Cineclube Lucky Star refletem as tendências verificadas no movimento cineclubista contemporâneo.

A seleção do participante para a entrevista, José Amaro, obedeceu aos critérios de relevância e de acessibilidade, tendo também em conta o papel central que este enverga na organização do cineclube.

Embora apenas tenha sido realizada uma entrevista formal, devido ao elevado grau de envolvimento do participante nas mais variadas dimensões do cineclube, esta tornou-se extremamente rica. É de reconhecer que existiu uma grande limitação no número de entrevistas que foi compensada por outras técnicas complementares que ajudaram a reforçar a validade dos resultados. No que diz respeito à observação direta, a sessão selecionada segue toda a linha editorial do cineclube, em termos do tipo de obras exibidas, e permitiu a dinâmica de interação entre o público.

4.4. Considerações éticas

Esta investigação seguiu os princípios éticos e garantiu o consentimento informado do participante que foi entrevistado (anexo B), assim como garantiu a confidencialidade de qualquer tipo de dados pessoais e, no caso da análise documental o uso de materiais de acesso público foi privilegiado.

Tal como mencionado acima, a principal limitação ao estudo passou pelo reduzido número de entrevistas formais, o que acaba por condicionar a diversidade de perspetivas. Contudo, e devido aos outros meios e técnicas de investigação utilizadas, esta limitação conseguiu ser atenuada permitindo mesmo uma visão também ela abrangente. Por outro lado, o facto de Braga ser considerada uma cidade média, é natural que os resultados não possam ser generalizados e tomados como estatísticas, mas, como é argumentado por Yin (2018), os estudos de caso possibilitam generalizações analíticas que podem ser utilizados para a compreensão de outros contextos semelhantes ao apresentado.

Capítulo 5 – O Cineclube Lucky Star: análise e discussão os resultados

O presente capítulo dedica-se à análise do Cineclube Lucky Star, sediado em Braga, enquanto caso de estudo das novas dinâmicas do cineclubismo em Portugal. Através da observação do seu funcionamento, da análise dos seus canais de comunicação e, posteriormente, da realização de uma entrevista, procura-se compreender de que forma este projeto contribui para reconfiguração da atividade cineclubista contemporânea.

É importante, de maneira a oferecer alguma contextualização, perceber algumas dinâmicas e informações sobre a cidade de Braga. Esta cidade, localizada a norte de Portugal, é um dos municípios mais dinâmicos do país e onde existe uma grande variedade de património histórico combinado com vários processos de expansão urbana (CM Braga, 2018). Em termos socioeconómicos, Braga apresenta uma forte presença de população jovem, em grande parte ligada ao ambiente académico proporcionado pela existência da Universidade do Minho. Culturalmente, a cidade tem vindo a tornar-se cada vez mais desenvolvida com a estratégia de valorização cultural levado a cabo na Agenda Braga Cultura 2020-2030 onde a cultura é um dos pilares de desenvolvimento local e impulsionador de programas de descentralização e participação comunitária (Braga Cultura 2030, 2020). Esta aposta é articulada com uma rede equipamentos e iniciativas que visam reforçar a cultura local, como é o exemplo do Theatro Circo e a instalação de polos de mediação cultural, e com programas de acesso à cultura que têm como grande objetivo a fruição artística (CM Braga, 2024). Para além disto, o facto de a cidade ter sido nomeada Capital Portuguesa da Cultura 2025 (Braga25) confirma a crescente projeção nacional, e até mesmo internacional, que a cidade consegue obter como centro de programação artística. No que diz respeito às políticas culturais, as medidas municipais têm procurado dar resposta aos desafios da inclusão e da descentralização assim como às crescentes exigências do setor cultural através do reconhecimento da importância das redes colaborativas entre entidades públicas e agentes culturais independentes (Braga Cultura 2030, 2020). Assim, a convergência entre as infraestruturas culturais, as estratégias públicas adotadas e a vida académica posicionam Braga num lugar de destaque para a emergência de projetos culturais como os cineclubes e festivais (Braga25, s.d.).

Falando agora no Cineclube Lucky Star, este nos dias de hoje, é uma grande referência no contexto local no que diz respeito ao cinema de autor uma vez que se conseguiu afirmar como um ponto de encontro regular desde 2016, aquando da sua criação por João Palhares e José Oliveira, para pessoas com interesse em produções cinematográficas alternativas às dos

ciclos comerciais sendo que as sessões, e acordo com os canais de comunicação deste, normalmente, têm lugar na Biblioteca Lúcio Craveiro da Silva.

Tal como é referido por Ana Catarina Pereira (2019), os cineclubes da atualidade assumem-se como agentes de resistência cultural e curadoria ativa, promovendo a cinefilia como uma prática crítica e politicamente situada e, ao selecionarem obras cinematográficas que não se encontram dentro do circuito dominante juntamente com a contextualização dos filmes exibidos junto do público, os cineclubes desempenham ainda uma função formativa. A leitura do artigo de Ana Catarina Pereira é particularmente interessante para compreender os cineclubes atuais em Portugal e as suas preocupações sociais, culturais e políticas. O Lucky Star, enquanto cineclube independente, urbano e estando inserido num meio universitário e numa cidade com um crescimento cultural exponente, é um ótimo exemplo destas práticas cineclubistas de intervenção cultural local.

A análise articula então as evidências empíricas (a entrevista, observação direta e análise documental e digital) com todo o referencial teórico anteriormente discutido.

Abaixo segue uma tabela, em jeito de resumo, que reflete a identidade e a missão cultural deste cineclube.

| Principais objetivos | Escolha de filmes | Espaço das sessões | Acessibilidade |
|--|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Ser uma alternativa ao cinema comercial. - Criar um espaço de partilha pelo amor ao cinema. - Oferecer uma experiência diferente à do consumo do cinema comercial. | <ul style="list-style-type: none"> - Diversidade estética. - Relevância temática. - Valor histórico ou cultural. - Ciclos temáticos e parcerias com outras entidades culturais. | <ul style="list-style-type: none"> -Biblioteca Lúcio Craveiro, todas as terças-feiras à noite. | <ul style="list-style-type: none"> - Preço reduzido para estudantes. - Entrada livre para sócios (estes pagam uma cota mensal de 2,5€). - Desconto para utilizadores da biblioteca. |

Tabela 1: Identidade e missão cultural do Lucky Star

5.1. Identidade e missão cultural do Cineclube Lucky Star

No contexto cultural de Braga, o Cineclube Lucky Star é uma estrutura associativa na qual a sua ação está muito ligada à tradição histórica dos cineclubes enquanto espaços de debate e formação (Pereira, 2010; Cunha e Penafria, 2017). Este cineclube foi fundado em 2016 por João Palhares e José Oliveira e, tal como é confirmado pelo entrevistado, o principal objetivo deste cineclube vai muito mais além do que exhibir filmes: o principal objetivo tornar-se uma alternativa ao cinema comercial e ser um espaço para partilhar a ligação que os fundadores tinham ao cinema. Em fases iniciais, o Lucky Star realizava as sessões em vários espaços da cidade, por exemplo existem registos de sessões em espaços como numa sala do Braga Shopping e em locais associativos como a TOCA, antes de se fixarem na Biblioteca Lúcio Craveiro, onde as sessões semanais têm vindo a ser realizadas de forma continuam (Comum Online, 2020).

“(…) José Oliveira e João Palhais são os pais do cineclube (…) o que esteve na base foi, para já, o grande interesse pelo cinema e a ligação que eles têm ao cinema e não havia cinema alternativo, só havia as salas comerciais”. (José Amaro, entrevista, 30 de setembro de 2025)

Esta afirmação sublinha que, na sua essência, o Lucky Star tem sempre como prioridade oferecer uma experiência que se distingue do consumo do cinema mais comercial, como foi reforçado por Ana Catarina Pereira (2010) ao descrever os cineclubes como sendo espaços de uma grande resistência cultural. A identidade deste acaba por preservar o espírito cineclubista clássico combinado com uma grande abertura à modernidade, que se pode verificar na sua presença digital.

As escolhas dos filmes aparentam seguir vários fatores como diversidade estética, relevância temática e valor histórico ou cultural, de acordo com os ciclos temáticos que a equipa do cineclube regularmente organiza, como por exemplo *Modelo e Corpo: Subversões no cinema português* (figura 5.1) e *Cinema em Revolução* (figura 5.2), sendo que em certas ocasiões estas são acompanhadas por apresentações, debates ou presenças de convidados, o que reforça ainda mais o carácter participativo e dialógico deste projeto. Mais recentemente, o cineclube destacou filmes de Pedro Costa, Apichatpong Weerasethakul e de Kelly Reichardt, entre muitos outros realizadores (Lucky Star, 2023).



Figura 5.1. – Cartaz do Ciclo “Modelo e Corpo: Subversões no cinema português” (fonte: Cineclube Lucky Star, 2025)



Figura 5.2. – Cartaz do Ciclo “Cinema em Revolução” (fonte: Cineclube Lucky Star, 2025)

De destacar ainda a regularidade semanal que o Lucky Star se orgulha de ter, com sessões noturnas todas as terças-feiras. Em alguns casos pontuais, as sessões são programadas com recurso a parcerias, servindo os *Encontros da Imagem* (figura 5.3) como exemplo disso em que a escolha de filmes vai sempre de encontro ao tema que está em destaque neste evento. Para além disto, é relevante destacar a atenção à diversidade geográfica de cinema que o Lucky Star exhibe, contemplando produções que, muitas vezes, não são representadas nas salas de cinema portuguesas como as provenientes da Ásia, Europa de Leste e até mesmo América Latina (FPCC, 2023; DGArtes, 2020).

Relativamente à questão da acessibilidade, o Lucky Star apresenta preços reduzidos para estudantes, entrada livre para os sócios (estes efetuam o pagamento de uma mensalidade com um valor simbólico de 2,5€) e desconto para utilizadores da biblioteca. Este tipo de prática revela a preocupação do cineclube com a acessibilidade e democratização ao acesso de cinema não comercial, tal como é possível confirmar nas páginas da Biblioteca Lúcio Craveiro da Silva e do próprio cineclube.



Figura 5.3. – Cartaz do ciclo “Manifestação de interesse” em colaboração com os Encontros de Imagem (fonte: Cineclube Lucky Star, 2025)

5.2. Organização interna e práticas colaborativas

O funcionamento do cineclube Lucky Star, e de acordo com o entrevistado, é bastante reduzido. Esta estrutura é composta por apenas dois membros efetivos, uma curadora e por vários voluntários de carácter temporário.

“(…) muita pouca gente na parte que somos dois efetivos a trabalhar (…) temos umas pessoas que nos fazem as folhas de sala e ajudam nas sessões e uma curadora que ajuda na programação. De resto é tudo pessoas que vão chegando e indo.” (José Amaro, entrevista, 30 de setembro de 2025)

Contudo, esta configuração associativa é bastante comum a muitos dos cineclubes portugueses (Cunha, 2013; Baptista, 2010). Como sucede em várias estruturas culturais independentes, o Lucky Star, sendo gerido por uma equipa reduzida de membros permanentes, estes acumulam funções de programação, logística, comunicação e mediação. Embora esta seja uma estrutura informal, é revelada uma forte coesão interna e um sentido de missão comum

entre todos os colaboradores, o que se aproxima do modelo de “comunidade interpretativa” de Jenkins (2006) em que existem grupos que constroem práticas de partilha simbólica com um pendor cultural. De acordo com os dados recolhidos da entrevista realizada, o cineclube é composto por um núcleo central de três a cinco elementos, com formação e interesses bastante diversificados. Esta pluralidade de diferentes caminhos dos membros faz com que a variedade temática e as estratégias de comunicação utilizadas sejam variadas. É importante referir que, apesar de não existir uma estrutura hierárquica muito rígida, não existe a ausência de coordenação, muito pelo contrário: o cineclube adota uma organização que é pautada pela autonomia, compromisso cultural e responsabilidade mútua, tudo elementos centrais deste tipo de associativismo cultural (Cunha, 2013; Baptista, 2010).

Tal como é afirmado por Bourdieu (1996), geralmente, campos na área da cultura tendem a estruturar-se em torno das relações de cooperação sejam elas em termos de estrutura interna do próprio cineclube, mas também parcerias com outras entidades. No caso do Lucky Star, como foi referido anteriormente, este tem uma rede colaborativa com entidades culturais locais o que permite que tenha acesso a outros recursos complementares, sendo exemplo dessas o Theatro Circo, o gnration e até mesmo a Biblioteca Lúcio Craveiro onde decorrem as sessões. De notar que este tipo de parcerias reforça o carácter comunitário do cineclube que está alinhado com o modelo de cineclubismo contemporâneo descrito por Maria João Madeira (2004), onde os cineclubes são espaços que se expandem para além da sala de exibição e envolvem-se nas mais variadas dinâmicas urbanas e educativas. Para além disto, este tipo de colaborações e parcerias não servem apenas para garantir a disponibilidade de espaços e equipamentos, mas também para contribuem para o reconhecimento, tanto simbólico como institucional, do cineclube em Braga.

Esta lógica de colaboração acaba por se estender também no que diz respeito à programação quando são convidados artistas locais e críticos de cinema a participar em certas sessões. Desta maneira, o Lucky Star não exhibe apenas filmes, mas é um espaço que gera ondas de pensamento em que o cinema é visto como uma prática estética, política e social.

No que diz respeito à comunicação e divulgação das sessões para o público, o cineclube é uma presença assídua nas suas redes sociais e no seu blog, onde é sempre disponibilizada a folha de sala de todos os filmes. A comunicação interna decorre maioritariamente através das plataformas digitais e redes sociais, o que permite uma articulação flexível entre os membros, eliminando assim o recurso a uma estrutura hierárquica rígida. Este tipo de comunicação híbrida, ou seja, a comunicação interna está assim dividida entre o presencial e o digital, representa uma reconfiguração contemporânea do associativismo cultural que, de acordo com

Lipovetsky e Serroy (2007) é uma das características mais importantes da “hipermodernidade” cultural, onde os fluxos de comunicação são constantes e existe a valorização de uma colaboração horizontal. Ao se adaptar a este modelo, o Lucky Star demonstra que o cineclubismo consegue manter a sua essência comunitária mesmo num contexto cultural que é marcado pela fragmentação. Estas práticas colaborativas deste cineclube mostram uma resistência simbólica ao processo de fragmentação cultural, reafirmando o papel dos cineclubes como espaços de ação cultural.

5.3. Envolvimento com a cidade de Braga e o meio universitário

A relação entre a cidade de Braga e o Cineclube Lucky Star é um dos elementos estruturantes da identidade deste. Estando inserido numa cidade com uma forte presença estudantil, devido à Universidade do Minho, o cineclube acabaria por beneficiar de um contexto sociocultural dinâmico.

O cineclube dirige parte da sua comunicação e programação ao público mais jovem, com a promoção de sessões com temáticas sociais, políticas e estéticas que podem gerar uma onda de interesse por parte da comunidade académica. Ao afirmar-se como espaço de encontro, partilha e reflexão, o cineclube procura contribuir para o dinamismo cultural da cidade, oferecendo uma experiência coletiva de cinema que contrasta com os hábitos de consumo individualizados característicos da atual cultura digital. A sua atuação reforça uma lógica de resistência simbólica e criação de comunidade, enquadrando-se na literatura acerca da descentralização cultural e mediação cultural de Ana Catarina Pereira (2010) e de Lima dos Santos (1994), particularmente relevante num contexto urbano onde a oferta cultural é, muitas vezes, dominada por lógicas comerciais.

No entanto, no decorrer da entrevista, foi possível perceber que, apesar dos esforços, muitos dos novos estudantes acabam por não se interessar e o entrevistado admite mesmo que a captação deste público é algo que têm de melhorar:

“(...) conseguimos fazer um projeto com o clube de cinema da Universidade em que eles passavam os nossos filmes em locais perto dela, mas é algo que nos temos de trabalhar melhor (...)” (José Amaro, entrevista, 30 de setembro de 2025)

Paralelamente, o cineclube está muito envolvido na camada cultural da cidade, onde algumas das sessões estão inseridas no Plano Estratégico Braga Cultura 2030 (CMB, 2019) como os Encontros da Imagem, onde o cineclube promoveu ciclos temáticos e sessões conjuntas (por exemplo o ciclo “Manifestações de Interesse), e aquando da sala de exibição de filmes passa a ser o Theatro Circo durante um mês. Este programa promove a diversificação da oferta cultural e, o Lucky Star, é um ator de mediação cultural que reforça o papel dos cineclubes e promove a cinefilia. Para além disto, a observação direta de uma sessão do cineclube reiterou o ambiente de debate e proximidade que faz com que o cineclube Lucky Star seja um dos espaços culturais bracarenses mais consistentes.

5.4. Públicos, participação e receção

Durante a observação da sessão do cineclube sócios regulares, jovens adultos e alguns estudantes universitários mais velhos compareceram e mostraram-se interessados pela programação alternativa de autor que o cineclube oferece. A composição deste público vai de encontro ao que a Direção-Geral das Artes (2020) descreve como os novos públicos culturais urbanos, ou seja, segmentos populacionais que procuram experiências diferentes e com um carácter social significativo e este tipo de espaços como o Lucky Star contribui para a formação dos vários públicos para além da manutenção dos hábitos de fruição cultural coletiva.

“Nós temos uma base de público que está na vizinhança dos 30 por sessão. Já tivemos sessões com 80 pessoas, mas nós temos de falar através dos filmes que passamos e não conseguimos agradar a todos.” (José Amaro, entrevista, 30 de setembro de 2025)

Ainda durante a observação participante, foi possível identificar o ambiente comunitário e participativo, onde a iniciativa para o debate partiu do próprio público que serviu para reforçar a dimensão coletiva do cineclubismo. Este espaço de diálogo que se formou é uma das marcas mais distintivas dos cineclubes e é fundamental para o bom funcionamento da função educativa e cultural que os cineclubes têm (Pereira, 2010). Esta técnica revelou-se essencial para compreender a sua relação com o público e as próprias dinâmicas internas do cineclube. A interação entre os espectadores e os membros do cineclube, principalmente nos momentos de debates após a sessão, constitui um espaço de partilha que é uma das dimensões do cineclubismo onde o ato da projeção se transforma num de mediação crítica (Pereira, 2010).

Contudo, esta participação não está limitada à presença física nas sessões, mas também pelo meio da fidelização das interações nas redes sociais do cineclube onde o envolvimento do público é estendido a estas plataformas, nomeadamente o Instagram e o blogue oficial. A presença digital do cineclube é uma das suas dimensões mais consistentes e inovadoras pois esta ferramenta é utilizada como meio de comunicação e arquivo e é um dos pilares da sua estratégia de visibilidade e de ligação com o público.

“Todos os nossos cartazes, folhas de sala e outras informações estão todas no nosso blogue e Instagram. É como um pequeno arquivo visual”. (José Amaro, entrevista, 30 de setembro de 2025)

No caso do blogue (figura 5.4.), este tem o principal objetivo de ser um arquivo onde estão reunidos textos críticos, folhas de sala e os registos das programações anteriores, funcionando simultaneamente como instrumento de comunicação e de preservação histórica. Esta prática está muito próxima do que Pereira (2021) e Cunha (2013) denominam de “documentação crítica do cineclubismo”. Como Pereira (2019) afirma, a existência de um arquivo acessível ao público reforça sempre o papel pedagógico deste tipo de estruturas e faz com que o cineclube não esteja limitado às exposições, mas que também consiga produzir um conhecimento crítico, não só sobre cinema, mas também sobre a sua história institucional. Com isto, pode-se dizer que o blogue do Cineclube Lucky Star é como um repositório de cinefilia (Casetti, 2015).

Já o Instagram, dá a oportunidade ao cineclube de interagir com um público mais jovem, que descobre o cinema através das redes sociais (DGArtes, 2021; ICA, 2023) e constitui um espaço complementar com uma forte orientação para a interação imediata com o público num ambiente digital. Assim, a utilização do Instagram por parte do cineclube não é apenas vista como uma ferramenta de marketing, mas também como um espaço de mediação cultural e extensão da própria experiência cinematográfica.

A comunicação visual aqui é cuidada e acompanhada de cartazes estilizados, estando estes sempre legendados com pequenas contextualizações dos ciclos e sessões (figura 5.5.) e por si só são um elemento distintivo: os cartazes, para além de terem o propósito de divulgação dos ciclos e sessões, são também objetivos de memória cultural, tal como é defendido por Morin (1980) aquando se refere à importância dos símbolos visuais na construção da identidade cinéfila.



Figura 5.4. – Captura do blogue oficial do cineclube
(fonte: Cineclube Lucky Star, 2025)

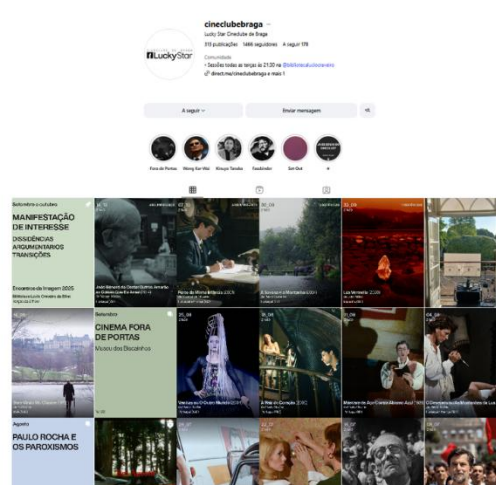


Figura 5.5. – Captura do Instagram oficial do cineclube
(fonte: Cineclube Lucky Star, 2025)

Estas receções e interações do Lucky Star com o seu público têm sido bastante positivas, o que revela que este tipo de discurso online acompanha as sessões e cria uma comunidade ativa e envolvida. Assim, pode-se comprovar que a cinefilia enquanto uma identidade cultural, o sentimento de pertença a um coletivo, é aqui comprovada. Esta articulação existente entre o espaço físico e o digital vai de encontro ao conceito de cultura de convergência (Jenkins, 2006).

Apesar de a receção positiva do público e das críticas deixadas nas redes sociais valorizarem a qualidade das sessões, existe ainda a grande dificuldade no que remete para a captação de um público mais amplo, também muito característica dos cineclubes contemporâneos.

5.5. Desafios e perspetivas futuras

Apesar da grande relevância cultural e do dinamismo que confere à cidade, o Cineclube Lucky Star enfrenta alguns desafios estruturais, muitos semelhantes a outros cineclubes portugueses. Estes desafios passam pela falta de financiamento estável, a dependência do trabalho voluntário, a dificuldade na captação de novos públicos e, talvez o maior entrave no caso deste cineclube, um espaço adequado para a exibição. A dependência quase exclusiva das receitas de bilheteira e das quotas dos sócios acaba por ser um fator limitador, mesmo com os pontuais apoios logísticos ou simbólicos da Câmara Municipal de Braga e de parcerias com

instituições culturais locais, uma vez que o cineclube não tem um financiamento estruturado. Esta é uma realidade muito comum ao panorama nacional, pois a maioria dos cineclubes portugueses atua sem um apoio regular da Direção-Geral das Artes (DGArtes) ou do Instituto do Cinema e Audiovisual, estando dependente de candidaturas pontuais ou de redes de cooperação (ICA, 2023).

Para além disto, é importante sublinhar que o entrevistado reconheceu ainda que uma das principais fragilidades do setor, e do próprio cineclube, é a ausência de um quadro de apoios consistentes. O cineclubismo, apesar da sua importância na formação de públicos e na divulgação do cinema português e de cinema independente, ainda permanece à margem das grandes políticas culturais, tal como é referido por Baptista (2010), e continua a ser percecionado como um fenómeno residual. Isso acaba por fazer com que haja ainda uma dificuldade na obtenção de licenças de exibição e de renovação de equipamentos técnicos.

“(...) é preciso nós pagarmos tudo, depois temos de pagar aos funcionários da biblioteca que ficam para as sessões (...) dá-nos algum prazer estar ligados à biblioteca, mas a sala é muito fraca e não há muito apoio de lado nenhum.” (José Amaro, comunicação pessoal, 30 de setembro de 2025).

Outro grande desafio passa pela captação de um público mais jovem, cujos hábitos de consumo audiovisual estão mais marcados pelas plataformas de streaming (Napoli, 2011). Contudo, o Lucky Star tem tentado contrariar esta tendência com a ajuda de estratégias de proximidade, que passam pela divulgação ativa nas redes sociais, o uso de uma linguagem acessível e visualmente apelativa. De acordo com Jenkins (2006), as novas práticas culturais vão de acordo à “participação e convergência”, ou seja, atualmente, os cineclubes reinventam-se tornando-se comunidades híbridas ao combinarem o digital com o presencial. Ao estender a experiência das sessões ao digital, o Lucky Star é um exemplo desta nova modalidade de cinefilia participativa.

Apesar destas dificuldades, o Lucky Star mostra uma grande resiliência criativa, quer seja na aposta em colaborações locais, na programação consistente que apresentam e nas estratégias digitais que adotam, uma atitude que vai de encontro ao que Lipovetsky e Serroy (2007) denominam como a capacidade das instituições culturais independentes se reinventarem perante contextos adversos.

Quando interrogado sobre as perspetivas futuras do cineclube, o entrevistado afirmou que “(...) estamos a fazer o melhor que conseguimos com aquilo que temos, mas tenho

esperança de que num futuro próximo consigamos ter mais público e a nossa programação para 2026 vai ser muito mais dinâmica e envolvente com a cidade” (José Amaro, comunicação pessoal, 30 de setembro de 2025).

De referir ainda a importância de este tentar manter o equilíbrio entre a tradição e a inovação: a exibição coletiva e o debate preservam características clássicas do cineclubismo, enquanto a procura por novos meios de comunicação com o público traz à tona a inovação esperada destes atualmente, tal como defende Casetti (2015) quando afirma que o cinema contemporâneo é um espaço de resistência e reinvenção inserido num ambiente em constante mudança.

Assim, pode-se afirmar que o futuro do cineclubismo português está dependente da capacidade de adaptação destes. A criação de uma política pública com linhas de apoio seria essencial para garantir a continuidade dos cineclubes e a consequente descentralização da oferta cinematográfica em Portugal.

Apesar disto, é importante reconhecer que o Cineclube Lucky Star é um exemplo de sucesso desta adaptação, reconhecendo algumas dificuldades pelo caminho.

5.6. Relação com a literatura

A análise realizada permite ter o Cineclube Lucky Star como um exemplo do cineclubismo português atualmente, onde é possível a coexistência da tradição e inovação. Este equilíbrio revela-se na capacidade de preservação da essência histórica do movimento e, ao mesmo tempo, na capacidade de incorporação de novas práticas de comunicação ajustadas ao contexto digital atual.

De ressaltar que as práticas observadas neste cineclube confirmam as tendências que são apontadas na literatura: a relocalização do cinema enquanto prática social e cultural (Casetti, 2015); a manutenção da função formativa e crítica dos cineclubes (Pereira, 2010; Cunha e Penafria, 2017); e a reconfiguração das formas de mediação cultural num quadro digital (Jenkins, 2006; Tryon, 2013).

O caso deste cineclube confirma que o cineclubismo português continua a ter um papel importante na mediação cultural entre o cinema e o público. Como é observado por Ana Catarina Pereira (2019), atualmente os cineclubes não estão limitados à exibição de filmes, mas são também espaços onde o ato de ver cinema é acompanhado por práticas de debate. Este papel de mediação está muito presente nas sessões do Cineclube Lucky Star, onde várias vezes

a projeção é depois seguida de momentos de conversa e debate informal, preservando o carácter comunitário que em muito define a tradição cineclubista (Baptista, 2010).

De acordo com os estudos da Direção-Geral das Artes (DGArtes, 20219) e do Instituto do Cinema e Audiovisual (ICA, 2023), os públicos mais jovens têm revelado uma grande tendência para o consumo de conteúdos audiovisuais mais digitais, onde a conveniência e a personalização da experiência é privilegiada. Contudo, existe também um aumento no interesse pelas experiências culturais coletivas, sobretudo entre jovens adultos, um perfil que vai de encontro com algum do público do Lucky Star. Assim, é confirmado a relevância dos cineclubes como mediadores entre a cultural digital e experiência presencial, pois oferecem um espaço de encontro valorizado na dimensão social do cinema (Lipovetsky e Serroy, 2007).

No que diz respeito aos consumos culturais, o Lucky Star funciona como um agente de democratização cultural ao tornar cinematografias que não fazem parte dos circuitos comerciais acessíveis e conseguir, ao mesmo tempo, ser um mediador que aproxima o público a estas mesmas cinematografias, como Hall (1997) e Bourdieu (1984) defendem. O Lucky Star não é apenas um agente de diversificação de oferta cultural, mas também é um espaço que contribui para a formação de públicos informados (Cunha, 2013; Pereira, 2010).

Por outro lado, e como é sublinhado por Tryon (2013), o grande desafio da atualidade é conseguir articular o valor comunitário do cinema com a flexibilidade das novas plataformas digitais. Este cineclubes responde a este desafio com a sua presença ativa nas redes sociais e demonstra que é possível conciliar estas duas vertentes.

Com isto, o Cineclubes Lucky Star volta a afirmar o cinema como uma experiência comunitária que contribui para a formação de públicos e para a vida cultural de Braga. Este exemplo serve ainda para confirmar que o cineclubismo continua a ter um papel de relevo na mediação cultural e na cinefilia. As práticas que foram analisadas demonstram então que é possível existir a conciliação entre inovação, tradição e comunidade, nunca deixando para trás o modelo clássico do cineclubismo onde o cinema é valorizado como arte e espaço de reflexão coletivo.

Conclusão

O presente trabalho teve como principal objetivo compreender as novas dinâmicas do cineclubismo em Portugal, tendo como foco de análise o Cineclube Lucky Star, sediado em Braga. A escolha deste estudo de caso passou pela constatação de que os cineclubes continuam a desempenhar um papel fundamental na formação de públicos e na mediação cultural, apesar da individualização das práticas culturais. A investigação teve como ponto de partida três questões centrais que serviram de orientação: de que modo o Cineclube Lucky Star tem conseguido manter a identidade cineclubística com a adaptação às transformações digitais; que estratégias foram utilizadas e como é que estas contribuíram para a formação de públicos e mediação cultural; e, em que medida é que este se aproxima ou não das tendências gerais do cineclubismo português. Foi a partir destas questões que a análise teórica e empírica foi estruturada e levou ao entendimento de que o cineclubismo é um fenómeno em permanente reconstrução.

Com a construção da pesquisa, depressa ficou evidente que o Lucky Star é um exemplo de renovação do cineclubismo em Portugal no século XXI. O caso estudado, ilustra a dinâmica defendida por Casetti (2015) em que as práticas tradicionais de exibição e fruição são transferidas para novos contextos. Para além disto, revela ainda como um cineclube consegue manter a sua missão formativa e cultural ao mesmo tempo que explora as plataformas digitais e o seu potencial. Com a ajuda da observação participante, da análise dos canais de comunicação e da entrevista realizada ao presidente do cineclube, foi possível entender que a identidade cineclubista do Lucky Star está assente numa curadoria independente e estética, na valorização da experiência coletiva e na mediação cultural. A diversidade estética e geográfica, o envolvimento crítico por parte do público, a programação regular com ciclos temáticos e os debates após a exibição do filme confirmam a continuidade da “essência” cineclubista descrita por Ana Catarina Pereira (2010), em que o cineclube é um espaço de debate, formação e resistência cultural.

Esta análise permitiu ainda demonstrar que a comunicação digital é, atualmente, um eixo essencial da atividade cineclubista. O Lucky Star utiliza as redes sociais e o seu blogue, não apenas para divulgar eventos e sessões, mas também como uma espécie de extensão simbólica da sala de cinema, tal como é alinhado com Jenkins (2006). No que diz respeito à mediação cultural, o cineclube mostrou ser um agente com grande peso e fundamental na descentralização do acesso ao cinema e na valorização da cultura local.

Não obstante os resultados positivos, a investigação acabou por revelar algumas fragilidades estruturantes que poderão ameaçar a continuidade dos cineclubes. A sustentabilidade financeira é um grande entrave. O Cineclube Lucky Star, semelhante ao que se passa noutros cineclubes, depende quase exclusivamente da receita da bilheteira, das cotas de sócios e de apoios pontuais. O facto de não existir um sistema de financiamento estável pode impedir a criação de projetos e a expansão da rede cineclubista. Para além do financiamento, a renovação de públicos é outro grande desafio, embora o Lucky Star consiga mobilizar alguns jovens universitários, a fidelização deste tipo de espectadores é um processo difícil. Por outro lado, a escassez de recursos humanos foi apontada como um entrave ao crescimento deste projeto. O facto do trabalho voluntário caraterizar o cineclubismo, além de garantir a liberdade e autonomia curatorial, acaba por tornar mais difícil a continuidade.

Um dos contributos mais significativos da investigação foi, sem dúvida, a confirmação do valor cultural e político dos cineclubes como lugares de mediação e resistência simbólica. A exibição de filmes fora do circuito comercial, acompanhada por um debate crítico é, só por si, um ato de resistência à lógica de homogeneização cultural. Como é defendido por Pereira (2010), os cineclubes são mais do que espaços de projeção, são instituições de carácter pedagógico informais, onde se aprende a ver, ouvir e a pensar o cinema. O Lucky Star é um exemplo desta vocação ao oferecer sessões temáticas que abordam questões sociais e políticas. Assim, o estudo reforça a importância de existir um maior reconhecimento institucional e apoio governamental aos cineclubes portugueses.

Esta dissertação pretendeu contribuir para uma reflexão mais ampla sobre o lugar que o cineclubismo ocupa no sistema cultural contemporâneo. A nível metodológico, esta pesquisa realçou o valor da observação participante e da entrevista qualitativa. O contacto direto com o cineclube permitiu não apenas aceder às práticas institucionais, mas também às motivações e dificuldades que sustentam o trabalho deste no quotidiano.

Em jeito de conclusão, o cineclubismo português continua a conseguir afirmar-se como sendo um espaço de resistência e reinvenção cultural. A sua história revela uma grande capacidade de adaptação às mudanças e o caso do Lucky Star demonstra que, mesmo aquando de um contexto dominado pela mediação digital e pela fragmentação dos públicos, a prática cineclubista consegue manter a sua relevância enquanto forma de reflexão e de compromisso com a arte. Tal como é referido por Bourdieu (1984), os espaços culturais que privilegiam a partilha e o debate contribuem para a constituição de públicos conscientes e é exatamente isso que o Lucky Star faz: encara esta missão como uma prática de liberdade e de comunidade. É também muito importante sensibilizar os jovens para o valor do cinema como experiência

coletiva e espaço de diálogo. O caso do Lucky Star serve para confirmar que o cinema, mesmo numa realidade de consumo acelerado, continua a ser uma experiência que une, provoca e inspira.

Realizar esta investigação foi também uma forma de redescobrir o valor do cinema enquanto espaço de encontro. Acompanhar o trabalho do Cineclube Lucky Star permitiu-me entender a força que o projeto tem porque é movido pela paixão e pela vontade de partilhar. Para além de um exercício académico, este estudo foi uma oportunidade de refletir e de perceber que o cineclubismo e o cinema continuam a ser uma forma de comunidade.

Referências Bibliográficas

- Baptista, M. (2010). *Cinema e resistência cultural em Portugal*. Lisboa: Edições Colibri.
- Baptista, T. (2007). *Cinemas de estreia e cinemas de bairro em Lisboa (1924-1932)*. *Ler História*, 52, 29-56.
- Barbosa, A. L. (2015). *Mapeamento e caracterização dos agentes culturais de exibição não comercial de cinema em Portugal: construção de um dispositivo metodológico*. Dissertação de Mestrado. Universidade do Porto.
- Bauman, Z. (2000). *Modernidade líquida*. Lisboa: Relógio d'Água.
- Bérnard da Costa, J. M. (1981). *História do cinema português*. Lisboa: Cinemateca Portuguesa.
- Bordwell, D. (2012). *The way Hollywood tells it: Story and style in modern movies*. Berkeley: University of California Press.
- Bourdieu, P. (1984). *A distinção: crítica social do julgamento*. Lisboa: Edições 70.
- Casetti, F. (2015). *The Lumière galaxy: Seven key words for the cinema to come*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- Cunha, P. (2013). *Cineclubismo e Censura em Portugal (1943-65)*. II Congresso Internacional História e Literatura nos cinemas em espanhol e português, Salamanca.
- Cunha, P. (2013). *O movimento cineclubista em Portugal: História, memória e identidade*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Cunha, P., & Penafria, M. (2017). *Cineclubes e cinefilia em Portugal: práticas e discursos*. *Aniki: Revista Portuguesa da Imagem em Movimento*, 4(1), 45–62.
- Graça, A. R. (2014). *Notas para uma sociologia do (in)sucesso do cinema português*. Cinema em Português VI Jornadas, Covilhã, LabCom.
- Granja, P. (2007). *Cineclubes e cinefilia: entre a cultura de massas e a cultura de elites*. *Estudos do Século XX*, 7, 361–384.
- Grilo, J. M. (2006). *O cinema da não ilusão: História do cinema português*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Londres: Sage.
- Jenkins, H. (2006). *Cultura da convergência*. Lisboa: Edições 70.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2007). *O ecrã global: Cultura mediática e cinema na era hipermóderna*. Lisboa: Edições Dom Quixote.

- Madeira, M. J. (2004). *Cultura e poder local: Políticas culturais em Portugal*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Melo, A. (2012). *Sistema a arte contemporânea*. Lisboa, Editora Documenta.
- Monteiro, P. (2000). *O cinema sob o olhar de Salazar*. Lisboa: Edições Cosmos.
- Morin, E. (1980). *O espírito do tempo*. Lisboa: Publicações Europa-América.
- Napoli, P. (2011). *Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- Pereira, A. C. (2007). *Cineclubismo em Portugal: História e práticas culturais*. Covilhã: LabCom Books..
- Pereira, A. C. (2010). *Cineclubes: uma forma alternativa de ver cinema em Portugal*. Revista Imagofagia n.º 2.
- Pereira, A. C. (2010). *O espaço da crítica: Mediação e cinefilia em Portugal*. Covilhã: LabCom Books.
- Pereira, A. C. (2019). *Mulheres e cinema: Da arte pela arte a uma arte com consciência*. Covilhã: LabCom.
- Piçarra, M. (2006). *Salazar vai ao cinema: O uso político do cinema durante o Estado Novo (1933–1954)*. Lisboa: Cinemateca Portuguesa.
- Pina, L. (2017). *Cineclubes e participação cultural: Práticas associativas em Portugal contemporâneo*. Porto: Universidade do Porto.
- Pina, M. (2017). *Espreitar a Memória*. Lisboa, Cinemateca Portuguesa- Museu do Cinema.
- Ribeiro, M. C. (2010). *A política do espírito e o cinema do Estado Novo*. Lisboa: Edições Cosmos.
- Santos, L. (1994). *Descentralização cultural e práticas associativas em Portugal*. Lisboa: ICS.
- Sontag, S. (1996). *The Decay of Cinema*. The New York Times Magazine.
- Torgal, L. R. (1996). *Estados novos, estado novo: Ensaios de história política e cultural portuguesa do século XX*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Tryon, C. (2013). *On-demand culture: Digital delivery and the future of movies*. Nova Jérsei: Rutgers University Press.

Fontes Digitais e Institucionais

Biblioteca Lúcio Craveiro da Silva. (2024). *Programação cultural e parcerias*. Recuperado de <https://www.blcs.pt>

Câmara Municipal de Braga (CMB). (2019). *Plano Estratégico Braga Cultura 2030*. Braga: CMB. Recuperado de <https://www.bragacultura2030.pt>

Cineclube Lucky Star. (2023). *Blogue oficial do Cineclube Lucky Star*. Recuperado de <https://luckystar-cineclube.blogspot.com>

Cineclube Lucky Star. (2024). *Página oficial de Instagram*. Recuperado de https://www.instagram.com/luckystar_cineclube

DGArtes – Direção-Geral das Artes. (2023). *Relatório de atividades e financiamento de estruturas culturais independentes*. Lisboa: DGArtes.

DGArtes - Direção-Geral das Artes. (2010). *Relatório de atividades da Direção-Geral das Artes 2010*. Lisboa: Ministério da Cultura.

DGArtes - Direção-Geral das Artes. (2019). *Relatório de políticas culturais: Descentralização e acesso à cultura*. Lisboa: Direção-Geral das Artes.

DGArtes - Direção-Geral das Artes. (2021). *Relatório estatístico de públicos culturais em Portugal*. Lisboa: Direção-Geral das Artes.

DGArtes -Direção-Geral das Artes. (2023). *Estudo de públicos culturais em Portugal*. Lisboa: Direção-Geral das Artes

Encontros da Imagem. (2023). 35.^a edição: *Manifestação de Interesse*. Braga: *Encontros da Imagem*. Recuperado de <https://www.encontrosdaimagem.com>

FPCC – Federação Portuguesa de Cineclubes (2022). *Cineclubes portugueses: Relatório de atividades e panorama atual*. Lisboa: FPCC.

FPCC – Federação Portuguesa de Cineclubes. (2021). *Relatório anual de atividades 2021*. Lisboa: FPCC.

FPCC – Federação Portuguesa de Cineclubes. (2023). *Rede de cineclubes portugueses: Panorama atual*. Lisboa: FPCC.

Gnraption. (2023). *Programação cultural e parcerias com o Cineclube Lucky Star*. Braga: Gnraption. Recuperado de <https://www.gnraption.pt>

ICA – Instituto do Cinema e do Audiovisual. (2023). *Relatório de estatísticas do setor cinematográfico e audiovisual 2023*. Lisboa: ICA.

ICA - Instituto do Cinema e do Audiovisual. (2023). *Relatório anual de estatísticas do setor cinematográfico e audiovisual*. Lisboa: ICA. Recuperado de <https://www.ica-ip.pt>

Lucky Star Cineclube. (2024). *Programação e ciclos temáticos: Cinema em Revolução, (Sobre)Vivências num Mundo Inóspito, O Cinema e a Cidade*. Recuperado de <https://luckystar-cineclube.blogspot.com>

Plano Estratégico Braga Cultura 2030. (2019). *Documento orientador de políticas culturais para o concelho de Braga*. Braga: Câmara Municipal de Braga.

Theatro Circo. (2023). *Parcerias e exibições conjuntas com o Cineclube Lucky Star*. Braga: Theatro Circo. Recuperado de <https://www.theatrocirco.com>

Universidade do Minho. (2024). *Cultura e sociedade em Braga: Iniciativas estudantis e culturais*. Braga: Universidade do Minho. Recuperado de <https://www.uminho.pt>

Anexos

Anexo A - Guião da entrevista ao presidente do Cineclube Lucky Star

1) Perfil dos entrevistados:

Nome

Função no cineclube

Tempo em que estão envolvidos com o Lucky Star

2) Perguntas principais:

a) Início do cineclube

Como é que este foi criado, o que levou à sua criação?

Momentos/Eventos mais marcantes até ao dia de hoje?

b) Escolhas cinematográficas

Como é feita a escolha dos filmes (gosto pessoal, temas atuais ou sugestões externas)?

Existe algum tipo de cinema que é sempre incluído ou algum que se evita?

Existem filmes que foram uma boa/má surpresa

c) Público

Quem costuma aparecer nas sessões? Existe algum tipo de diferença entre públicos?

Já foi feita a tentativa de chegar aos mais jovens ou universitários? Se sim, como tem corrido?

Alguma história memorável ou curiosa com o público?

d) Braga e o Ambiente Local

Sentem que Braga é uma cidade com potencial para este projeto?

Existe algum tipo de influência do ambiente universitário na dinâmica do cineclube?

e) Ente cineclubes e a comunidade local

Conhecem ou trabalham com outros cineclubes? Se sim, há trocas de ideias?

Sentem-se parte de uma rede de cineclubes ou ainda é um meio mais isolado?

f) Sonhos e desafios

O que é mais difícil em manter um cineclube ativo atualmente?

O que gostariam de alcançar no futuro?

Anexo B – Consentimento de gravação da entrevista

Projeto: Dissertação de Mestrado

Eu, José Amaro, aceito participar na entrevista realizada por Sandra Costa.

Fui informado de que a entrevista será gravada, que a gravação será usada apenas para fins académicos e que a minha identidade será mantida confidencial, salvo se eu autorizar o contrário.

Se desejar, posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, mesmo depois da entrevista

Braga, 29/09/2025