

# **ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS E CONSUMO DE FILMES: PRODUÇÃO E APROPRIAÇÃO DE SIGNIFICADOS**

**Trabalho**

**GT 16 - Educação e Comunicação**

**Rosália Maria Duarte**

**PUC-Rio**

**Financiamento: FAPERJ**

## **I - Introdução:**

Em sociedades audiovisuais, narrativas em imagem-som comportam o que se convencionou chamar de currículo cultural<sup>1</sup>, ou seja, um conjunto mais ou menos organizado de informações, valores e saberes que, via produtos culturais (nesse caso, audiovisuais), atravessam o cotidiano de milhões de pessoas e interferem em suas formas de aprender, de ver e de pensar. As relações dos indivíduos com esse tipo de produção constroem imaginários e ajudam a produzir identidades étnicas, sexuais, sociais etc.

Há pelo menos trinta anos pesquisadores de diferentes áreas (psicologia, sociologia, antropologia, história entre outras) vêm buscando compreender de que forma isso acontece, isto é, através de que mecanismos cognitivos, psicológicos e/ou sócio-culturais imagens de cinema e televisão participam da tessitura de concepções de mundo, de valores e crenças professados pelos que com elas interagem de forma mais ou menos intensa.

Países como França, Inglaterra e Estados Unidos, entre outros, instituíram, com financiamento público, ao longo das últimas décadas do século XX, linhas de investigação cada vez mais amplas (envolvendo diferentes temáticas e distintos campos disciplinares), em importantes centros de pesquisa<sup>2</sup>, buscando compreender não apenas a natureza das relações que se estabelecem entre artefatos audiovisuais e seus espectadores, mas também o impacto político-

---

1 Guacira Louro desenvolve o conceito de "currículo cultural" e discute os efeitos da chamada "pedagogia do cinema" em *O cinema como pedagogia*. In: Louro e outros (org.) *500 anos de educação no Brasil*, BH: Autêntica, 2000

2 Sorbonne Nouvelle-Paris III, Paris X- Nanterre, Paris VIII-Saint Dennis, Rutgers University, New York University, Centro de Pesquisa para Inovação Cultural e Tecnológica da Universidade de Brunel, entre outros.

social que essas relações podem produzir.

No Brasil, mesmo que ainda não se tenha configurado uma tradição de pesquisa em torno dessa temática, iniciativas vêm sendo desenvolvidas nesse sentido nas áreas de comunicação, sociologia, antropologia (Escola de Comunicação da UFRJ, Escola de Comunicação e Artes da USP, Instituto de Artes e Comunicação Social da UFF, IUPERJ, Museu Nacional da UFRJ, entre outras) e, mais recentemente, na educação (Programa de Pós-Graduação em Educação da UFRGS, Núcleo de Comunicação e Educação da USP, entre outros). De uma maneira geral, essas pesquisas vêm indicando, de forma cada vez mais contundente, que não é possível compreender a dinâmica de funcionamento de sociedades audiovisuais sem analisar o papel desempenhado pela relação que os diferentes grupos e atores sociais estabelecem com a atmosfera cultural em que estão imersos, sobretudo, com a produção veiculada maciçamente em imagem-som.

Na área de educação já se acredita, hoje, que investigar as relações que crianças e adolescentes estabelecem com artefatos audiovisuais pode ajudar a compreender alguns dos problemas identificados pelas pesquisas em escolas, como a dificuldade de comunicação entre adolescentes e seus professores, o desinteresse das crianças pelas atividades escolares, entre outros.

Não parece haver dúvidas, também, quanto à existência de vínculos mais ou menos estreitos entre a mídia veiculada em imagem-som e produção/difusão de valores éticos e morais em culturas que valorizam esse tipo de artefato. Sabe-se, contudo, que não se pode pensar nisso como uma via de mão única, que vai da mídia ao espectador. Trata-se de um fenômeno muito mais complexo do que se pode supor à primeira vista; os indícios sugerem influência mútua, circularidade de informações e interdependência, cujos resultados somente podem ser captados, empiricamente, a médio e longo prazo.

No que se refere, por exemplo, à relação entre o consumo de

imagens de violência e o aumento da violência nos grandes centros urbanos, o que foi possível constatar é que certas imagens de violência ajudam a difundir sentimentos de banalização da vida e do sofrimento humanos, mas dificilmente deflagram atitudes violentas<sup>3</sup>. Resultados obtidos em uma grande pesquisa realizada com o patrocínio da UNESCO, em 1998, integrando pesquisadores de vários países do mundo, indicam que pessoas que vivem em zonas de guerra, em situações de conflito ou de risco tendem a ser mais susceptíveis a produtos audiovisuais de conteúdo violento. Mas, ainda não se pode afirmar muito mais do que isso.<sup>4</sup>

A preocupação com essas questões deu origem ao estudo a partir do qual foi elaborado este trabalho. Interessava analisar o lugar do consumo de filmes na formação geral de jovens universitários que vêem filmes regularmente, assim como o modo como esse público específico constrói significações no contato com essas imagens. Partiu-se do pressuposto, relativamente consolidado pelas pesquisas de mercado sobre o perfil do público de cinema no Brasil, que a prática de ver filmes (seja em salas de projeção seja em vídeo e/ou tevê) desempenha papel significativo no consumo cultural de jovens universitários, sobretudo em grandes centros urbanos<sup>5</sup>.

## **II - Metodologia**

Optou-se por uma pesquisa de base qualitativa, o que exigiu observações registradas de situações de exibição de filmes no circuito universitário<sup>6</sup>, além da realização (e registro audiovisual) de entrevistas semi-estruturadas. Nesse caso, foi necessário definir previamente alguns critérios para a seleção dos entrevistados, pois isso iria interferir diretamente na qualidade das informações a partir das quais seria possível produzir uma análise mais precisa do problema.

---

3 Em artigo publicado na Revista Comunicação e Educação, Toda y Torero, Aguirre & Cervera apresentam um balanço das principais pesquisas realizadas nessa área até o início dos anos 90.

4 RONDELLI, E. Dez observações sobre mídia e violência. *Comunicação e educação*, 7, 1996

5 Enquetes realizadas nesses centros indicam que os universitários compõem cerca de 80% do público que frequenta cinemas no Brasil.

6 Além das iniciativas estudantis, o projeto Cinema em Movimento, do Ministério da Cultura, também patrocina a exibição de filmes em universidades brasileiras, o que configura o que se convencionou chamar de circuito universitário de cinema.

O critério adotado para a maioria dos entrevistados foi o sistema de rede <sup>7</sup>, no qual se busca um “ego” focal que disponha de informações a respeito do segmento em estudo, que possa “mapear” o campo de investigação, “decodificar” suas regras, indicar pessoas com as quais se relaciona naquele meio e sugerir formas adequadas de abordagem. De um modo geral, as pessoas indicadas pelo “ego focal” sugerem que se procure outras ou fazem referência a sujeitos importantes no setor e assim se vai, sucessivamente, amealhando novos “informantes”. Essa é uma alternativa muito utilizada em pesquisas qualitativas e tem se mostrado produtiva. Alguém do próprio meio, a partir de seu próprio ponto de vista, tem, relativamente, melhores condições de fornecer informações sobre ele do que alguém que o observa, inicialmente, de fora.

#### A realização de entrevistas

O recurso a entrevistas semi-estruturadas como material empírico privilegiado numa pesquisa constitui-se uma opção teórico/metodológica que está no centro de vários debates entre pesquisadores das ciências sociais. Em geral, a maior parte das discussões gira em torno de problemas ligados à postura adotada pelo pesquisador em situações de contato, ao grau de familiaridade deste com o referencial teórico/metodológico adotado e, sobretudo, à leitura/interpretação/análise do material recolhido (construído) no trabalho de campo.

Formas de colher, transcrever e interpretar relatos orais têm sido objeto de severas críticas por parte da sociologia, no que diz respeito à chamada “garantia de confiabilidade”. Em 1997, a revista *Sociology* publicou estudo empírico no qual pesquisadores ingleses sugerem o que denominam “*inter-rater reliability*” como um procedimento a possível a ser adotado nesse sentido.

O que eles propõem é, basicamente, que os relatos gravados e transcritos, assim como os procedimentos utilizados para colhê-los, sejam acessíveis a diferentes pesquisadores que não participam da pesquisa em questão, para que cada um possa fazer sua própria interpretação do conteúdo dos relatos colhidos e, dessa forma, auxiliar na validação dos resultados apresentados.<sup>8</sup>

Nos limites impostos a trabalhos dessa natureza, procurou-se seguir o

---

<sup>7</sup> Nessa pesquisa, o conceito de rede tem como referência a concepção adotada por Bott (1976): “a rede é definida como todas ou algumas unidades sociais (indivíduos ou grupos) com as quais um indivíduo particular ou um grupo está em contato” (p. 299). Trata-se, aqui, de uma “rede pessoal” na qual existe um ego focal que está em contato direto ou indireto (através de seus inter-relacionamentos) com qualquer outra pessoa situada dentro da rede. (300-302)

<sup>8</sup> **ARMSTRONG**, David et alii. The place of inter-rater reliability in qualitative research: an empirical study. *Sociology*, vol.31, nº3, agosto, 1997, pp.597 a 606.

modelo proposto por Armstrong *et alii* (entre outros), levando procedimentos, análises, hipóteses etc. ao conhecimento e crítica de outros pesquisadores, em momentos distintos da investigação, buscando ampliar a garantia de confiabilidade e a legitimidade de resultados/interpretações apresentados ao final da pesquisa.

### III - O universo de pesquisa

A opção pela estrutura de rede como critério para seleção dos entrevistados se, por um lado, contribuiu para assegurar um certo grau de objetivação<sup>9</sup>, dado o envolvimento da pesquisadora com o tema, por outro, acabou levando à configuração de um universo de pesquisa mais restrito que o desejável: são majoritariamente

“espectadores privilegiados” ou “cinéfilos” os sujeitos que compõem o campo empírico da pesquisa. Espectadores “convencionais” de cinema, embora convidados a participar da pesquisa, não se dispuseram a falar do assunto: “não entendo nada de cinema, só vejo filmes”, era a justificativa mais comum para a recusa a conceder um depoimento. Essa atitude expressa uma crença compartilhada no meio cinematográfico de que só pode falar de cinema quem o conhece com alguma profundidade, ou seja, os iniciados no tema, o que sugere um transbordamento para além das fronteiras simbólicas desse microcosmo social da lógica que preside as relações em seu interior.

Nesse universo, a cinefilia, além de significar gosto ou interesse pelo cinema, aparece relacionada a atitudes de estudo e de investimento intelectual em tudo que diz respeito a essa temática. Ser cinéfilo implica conquistar um certo grau de intimidade com a sétima arte, ter acesso à literatura específica da área e ter algum conhecimento de técnica cinematográfica, diretores, cinematografias, teoria do cinema etc.

Desse modo, gostar de cinema, mais do que simplesmente apreciar filmes, significa, entre outras coisas, valorizar uma certa cinematografia (“cult”, “cerebral”, “reflexiva”) em detrimento de outras (“comerciais”, “lineares”, “de massa”), cuja apreensão seria, teoricamente, mais simples e direta; preferir produções não-hollywodianas (européias, latino-americanas, asiáticas etc.), de custos mais modestos, que abordem temáticas complexas (relações humanas) em estruturas narrativas idem, exibidas em circuito “alternativo”; ter a sala de exibição e/ou o diretor do filme como critérios para escolha do que vai ser visto; manifestar um certo desinteresse pelos lançamentos ou pela grande produção exibida em circuito “comercial” .

---

<sup>9</sup> Reafirmando a impossibilidade de garantia de objetividade na pesquisa em ciências sociais, Pierre Bourdieu propõe que se trabalhe com o conceito de objetivação, entendido como adoção de medidas preventivas por parte do pesquisador para minimizar a interferência dos aspectos subjetivos (parcialidade, intencionalidade etc.) do seu olhar sobre o objeto de investigação.

Para os que compartilham códigos e regras nesse meio, esses são fatores distintivos e seu aparecimento recorrente nas falas dos entrevistados não é casual

–

reflete uma certa concepção de cinefilia que se consolidou no Brasil, entre jovens amantes de cinema do Rio de Janeiro e de São Paulo, em torno do final dos anos 50 que, ainda hoje, é hegemônica.

É interessante notar como essa concepção se preserva no tempo, apesar das diferenças sociais, políticas e culturais que separam aquelas gerações das atuais, socializadas em meio a uma pluralidade de linguagens comunicativas, com amplo acesso, desde muito cedo, a produções audiovisuais dos mais diferentes matizes: televisão, videocliques, publicidade, computação gráfica, Internet etc. Recompôr, brevemente, os passos da construção da hegemonia dessa concepção de cinefilia talvez ajude a compreender as razões pelas quais esse modo de ver e, acima de tudo, de distinguir e classificar a produção cinematográfica atravessou diferentes gerações de espectadores e se mantém, com grande vigor, em certos meios sociais.

Pode-se afirmar que o conceito de cinéfilo começou a ganhar corpo no Brasil, a partir de meados dos anos 1950, sob a influência direta de cineclubes, cinematecas e dos *Cahiers du Cinéma*<sup>10</sup>. A maioria dos que vieram, faziam ou viriam a fazer filmes nesse período deve grande parte de sua formação aos “clubes de cinema”, dos quais participavam ativamente, quer como organizadores, quer como freqüentadores assíduos e aos debates que se processavam em torno das leituras de artigos publicados nos *Cahiers* e no *Jornal do Brasil*. Os cineclubes foram, nesse contexto, uma importante estrutura de sociabilidade, cumprindo entre outras funções a de “circuito exibidor paralelo e alternativo e a de formador de um público específico” (Santos, 1995: 53), além de ser o principal espaço onde eram ministrados os poucos cursos de cinema da época.

Nos anos 60 e 70, o movimento cineclubista no Brasil era muito forte e disseminado pelos grandes centros urbanos do país: havia o CEC (Centro de Estudos Cinematográficos, da Faculdade Nacional de Filosofia - FNFfi); o Cinema de Arte de Salvador (organizado e mantido por alunos e ex-alunos do Colégio Central da Bahia, entre eles, Glauber Rocha, um dos expoentes do movimento estético cinematográfico conhecido como Cinema Novo); cineclubes ligados aos CPCs – Centros Populares de Cultura - da UNE. Nessa época, a maioria das entidades estudantis, secundaristas e/ou universitárias, mantinha um cineclube em funcionamento regular e havia, ainda, os que eram mantidos pela Aliança Francesa. Além das cinematecas, que funcionavam no Museu de Arte Moderna, do Rio de Janeiro e de São Paulo.

---

<sup>10</sup> Revista de cinema lançada em Paris em 1951, que desempenhou importante papel na difusão de filmes e na formação de público e de gostos ao longo da história do cinema no ocidente.

Impulsionado por estudantes, adolescentes e jovens, que viam no cinema um instrumento de transformação da realidade social, o movimento cineclubista ocupou um espaço considerável no cenário cultural e político nacional, especialmente durante a ditadura militar, atuando tanto como espaço democrático de debates políticos quanto como centro de formação cultural.

A ação “pedagógica” desses clubes e das cinematecas, associada a uma rede de socialização mais ampla, constituiu um cenário privilegiado de aprendizagem não formal de cinema, de troca de saberes e informações, de leitura e discussão de artigos sobre cinema que terminou por atribuir “valor” a certos filmes (e/ou cinematografias), legitimando certas maneiras de ver e fazer cinema e participando diretamente da produção de um sistema de preferências (gostos) cujo domínio era fundamental naquele período.

Nesse ambiente cultural e político forjou-se, então, um tipo específico de cinefilia que implicava não só “aprender a ver” Godard, como também aprender a gostar de cinema francês, italiano, soviético e não-americano de um modo geral e, fundamentalmente, a não gostar do “cinema indústria”, comprometido ideologicamente com os valores capitalistas, idealizado e produzido em Hollywood.

Mas o que faz com que essa concepção de cinema, constituída no interior de uma rede específica de agentes de socialização, histórica e socialmente situada, mantenha-se viva por tanto tempo, atravessando diferentes gerações de amantes de cinema? Como esse sistema de preferências se perpetua, apesar da multiplicidade da produção audiovisual contemporânea, marcada pela estética da tevê, dos cliques e da computação gráfica? O que leva uma jovem universitária, de 20 anos de idade, em 2001, a reafirmar pressupostos de gosto cinematográfico da geração que iniciou-se no mundo do cinema quase cinquenta anos antes, em uma atmosfera cultural e política completamente diferente?

Tudo leva a crer que o processo pelo qual se formam gostos, opiniões e sistemas classificatórios no mundo de jovens consumidores de imagens fílmicas resulta de uma socialização aparentemente mais eficaz do que as ações, mais ou menos institucionalizadas, que outros agentes socializadores possam vir a exercer nesse campo específico. No que diz respeito a gostos e preferências cinematográficas, os atores sociais formam-se uns aos outros, permanentemente, de geração em geração, numa rede de parcerias que pressupõe troca de saberes e produção/reprodução de valores, crenças e práticas compartilhados no interior desse universo (Duarte, 2000). O cinema atua, aí, tanto como elemento articulador de grupos quanto como fonte de conhecimento e informação, configurando uma prática cultural que pode ser definida como “eminentemente pedagógica”.

Teorias sociológicas que acentuam o papel ativo do indivíduo socializado em seu próprio processo de socialização (Terrail, 1995) assinalam que certas instâncias do meio social, sem qualquer vocação educativa **em sentido estrito**, podem atuar,

de modo muito significativo, na formação de sujeitos sociais, produzindo efeitos que se perpetuam muito além da experiência imediata. O mundo do cinema pode ser entendido como uma dessas instâncias, o que o torna de grande interesse para o campo educacional.

## **VI – A produção/apropriação de significados na experiência com o cinema**

Para saber de que maneira o cinema interfere na formação das pessoas e quais os limites de sua ação pedagógica é preciso compreender, de um lado, como são produzidas as estruturas de significação na “gramática” própria da linguagem cinematográfica e, de outro, o modo como o espectador dá sentido à imagens em movimento, como as apreende e como aprende com elas. Do ponto de vista do artefato, traços “educativos” implícitos e explícitos parecem ser mais facilmente identificáveis – um olhar acurado nos permite perceber, mais ou menos claramente, que propósitos estão atravessando narrativas desse tipo. Mais difícil é avaliar, com segurança, a extensão e a eficácia dessa experiência na formação geral daqueles que a vivenciam. Essa é uma importante tarefa que está sendo colocada para os meios educacionais em geral e para a pesquisa, em particular.

O estudo que dá suporte a este texto teve como objetivo contribuir com as discussões em torno dessa questão. O breve período em que foi desenvolvido e a complexidade do problema desautorizam afirmações muito conclusivas, entretanto, a articulação entre os referenciais teóricos que nortearam a investigação e o material empírico produzido possibilitou a produção de algumas idéias a respeito do modo como os filmes são significados pelos que com eles se relacionam e do papel desempenhado por essa relação na socialização dessas pessoas. Ressalvadas as limitações de estudos dessa natureza, acredita-se que as reflexões aqui apresentadas possam estar, em alguma medida, avançando nessa direção.

- 1) É da natureza da imagem fílmica a criação de um efeito de realidade que suplanta em muito o de qualquer outra forma de arte - a imagem em movimento produz o que se convencionou chamar de impressão de realidade, base do grande sucesso do cinema. Essa impressão de realidade encontra, do lado de cá da tela, um sujeito que busca a ficção, que precisa dela como um dos elementos



constitutivos do sentido que ele dá a sua própria existência. Assim, se pode haver na relação com os filmes um apagamento temporário das fronteiras que separam verdade de ficção, este não é produto de um enredamento malicioso do espectador pela técnica cinematográfica, como sugerem alguns autores<sup>11</sup>, mas de uma espécie de pacto, de um acordo tácito que implica a suspensão consentida dos parâmetros que norteiam a compreensão da realidade, de modo que a experiência de assistir a filmes seja prazerosa e, em última instância, bem-sucedida. Parece haver, aí, uma combinação de interesses no sentido de tornar indistintas, por algum tempo, realidade e fantasia, verdade e ficção.

- 2) Ao mesmo tempo em que são suspensos alguns parâmetros de compreensão da realidade, são mobilizadas estruturas psíquicas que permitem/favorecem o processo de *identificação*<sup>12</sup>. Identificar-se com a situação que está sendo apresentada e reconhecer-se de algum modo nos personagens que a vivenciam é o que constitui o vínculo entre o espectador e a trama. Nesse caso, seria possível falar, inclusive, em *identificação projetiva*, mecanismo através do qual o indivíduo projeta a si próprio, total ou parcialmente, no objeto que deseja possuir, conhecer ou controlar<sup>13</sup>. Embora na literatura psicanalítica esse conceito tenha sido usado para caracterizar certos estados patológicos<sup>14</sup>, nesse contexto, a identificação projetiva é o que possibilita que o espectador invista parte de si na trama, que se veja nas situações e personagens ali apresentados, mesmo que nunca tenha vivido circunstâncias semelhantes; que apreenda conteúdos e aprenda com eles.
- 3) Penso que o processo de interpretação - produção/apropriação de significados - de narrativas em imagem-som seja produto de um esquema (no sentido piagetiano) muito complexo, cuja estrutura básica é formada pela articulação entre informações/saberes constituídos a partir de experiências de vida e informações/saberes adquiridos na experiência com artefatos audiovisuais (no caso de imagens fílmicas, em experiências com o próprio cinema).

---

11 Em A Indústria Cultural, um dos textos mais importantes da história contemporânea dos debates sobre comunicação de massa, Adorno e Horkheimer afirmam: “desde a invenção do filme sonoro, a reprodução mecânica esteve a serviço do projeto que visa tornar vida e filme indistintos um do outro” (1979:118)

12 Definido pela teoria psicanalítica como um processo psicológico pelo qual um indivíduo assimila um aspecto, uma propriedade, um atributo do outro e se transforma total ou parcialmente, segundo o modelo escolhido - operação pela qual o indivíduo humano se constitui (Laplanche e Pontalis, 1967)

13 Idem

14 Na obra de Melaine Klein, o emprego dessa expressão diz respeito ao mecanismo de “rejeição, para o exterior, daquilo que o indivíduo recusa em si, projeção do que é mau”(Idem)

- 4) A chamada “competência para ver/interpretar” narrativas dessa natureza teria como suporte essa articulação. Nela ancoram-se, além das estruturas psíquicas acima mencionadas, recursos de natureza cognitiva - atenção, concentração, percepção de movimento, percepção de luz e sombra, capacidade de análise (fragmentação do todo em suas partes constituintes e recomposição segundo critérios preestabelecidos), memória etc. e, em um nível superestrutural, conhecimentos mais elaborados advindos, por exemplo, do contato com outras formas de arte, da experiência escolar, de posicionamentos político-ideológicos, de informações específicas sobre cinema e assim por diante.
- 5) Apesar de mais sofisticados, do ponto de vista intelectual, conhecimentos de tipo escolar ou acadêmicos não parecem ser os principais recursos acionados no primeiro contato com o filme, ao contrário do que parece ocorrer, por exemplo, na experiência com a literatura (Larosa, 1996). Esses conhecimentos participam de modo mais significativo em etapas posteriores do processo de significação de narrativas audiovisuais.
- 6) Acredito que o conceito de IMAGO possa ajudar a explicar parte desse processo. A *imago* é definida por Karl Jung como “o protótipo inconsciente de personagens, que orienta seletivamente a forma como o sujeito apreende o outro; é elaborado a partir das primeiras relações intersubjetivas reais e fantásticas com o meio familiar e social”. Trata-se de um tipo de “representação inconsciente (...), um esquema imaginário adquirido, um clichê estático através do qual o sujeito visa o outro e pode objetivar-se tanto em sentimentos e comportamentos como em imagens” (Laplanche e Pontalis, 1967). É como se o contato com os filmes produzisse, num primeiro momento, apenas *imagos* - marcas, traços, impressões, sentimentos - significantes que vão sendo lentamente significados, de acordo com o conhecimento que o sujeito adquire de si próprio e com o grau de “proficiência” que possui na “linguagem audiovisual”.
- 7) O progressivo domínio dessa linguagem, associado às novas experiências, aprendizagens e saberes vai significar e (re)significar indefinidamente as *marcas* deixadas pela relação com a narrativa fílmica. Por isso é tão difícil apreender, empiricamente, a influência da experiência com o cinema na formação dos que com ele se relacionam.
- 8) Tudo indica que a significação dessas narrativas não se dá de forma imediata. Parece haver um certo entendimento no momento do primeiro contato com a narrativa (em geral, quando se vê um filme pela segunda ou terceira vez dá-se a ele novos significados), que é o que possibilita a compreensão e o

acompanhamento da trama. Mas esse entendimento vai ser reorganizado e ressignificado várias vezes daquele momento em diante, permitindo que novas interpretações sejam feitas a partir de conversas com outros espectadores, do contato com diferentes discursos produzidos em torno daquele filme e da experiência com outros filmes. Isso dá um profundo dinamismo à dimensão formadora da experiência com o cinema e faz com que seus efeitos somente possam ser percebidos a médio ou longo prazo.

- 9) A significação de filmes não se dá de modo exclusivamente individual. Esse é um processo eminentemente coletivo, no qual o discurso do outro é tão constitutivo de idéias e opiniões quanto o discurso do próprio sujeito. Espectadores de cinema, cinéfilos ou não, sabem, pela experiência, que o(s) sentido(s) do filme nunca é(são) dado(s) nele próprio e nunca é(são) apreendido(s) individualmente – daí a absoluta necessidade que têm de falar do filme com outros espectadores.
- 10) Filmes não trazem impressos em seus milhares de fotogramas todos os atributos que os qualificam como “*bom*”, “*ruim*”, “*de arte*”, “*comercial*”, “*reflexivo*”, “*popular*” e assim por diante. Diferentes “categorias” de espectadores – críticos de cinema; cinéfilos; aficionados por filmes de terror, seriados de tevê, westerns etc. – constroem, coletivamente, modos de interpretação, formas de ver e analisar baseadas em critérios compartilhados, que é o que vai permitir enquadrá-los nas categorias que compõem os sistemas classificatórios. De um modo geral, a opinião dessa *comunidade interpretativa* (Lindlof, 1998) prevalece no processo de produção de significados. Os interacionistas simbólicos ingleses, em especial, Thomas Lindlof, descreveram esse fenômeno ao analisar a relação dos indivíduos com a mídia em geral. De acordo com esses pesquisadores, há evidências de que “os indivíduos percebem, usufruem e interpretam a mídia em relação direta com outros ou influenciados por comunidades interpretativas”<sup>15</sup> (White, 1998:43). Essas pessoas compartilham códigos, modos de ver e interpretar que “são traduzidos em atitudes comuns de seleção, decodificação e aplicação dos conteúdos da mídia” (idem:44).
- 11) De acordo com a prática comum a cada grupo, associam-se aos códigos da comunidade interpretativa o discurso dos especialistas, o endereçamento do filme (a que segmento do público ele se dirige), o modo como o filme é recebido (o impacto que produz, as repercussões que deflagra), a opinião da crítica etc. Tudo isso compõe um **ambiente de significação coletiva** no interior do qual cada espectador, aí sim, individualmente, constrói sua própria maneira de ver e

---

15 Por comunidade interpretativa entende-se o grupo de pares que têm em comum certas práticas de uso da mídia.

interpretar.

- 12) A apropriação/produção de significados que emerge da relação com filmes está intrinsecamente vinculada ao conjunto de discursos que são produzidos sobre aquele artefato nos diferentes contextos sociais em que eles são vistos e produzidos.

#### IV – Implicações para o campo educacional

Tomando essas idéias como referência, podemos tentar pensar que implicações isso teria para a atividade educacional em sentido estrito. Precisamos, em primeiro lugar, admitir que a transmissão/produção de saberes e conhecimentos não é prerrogativa **exclusiva** da escola, embora ela tenha papel primordial a desempenhar nesse processo. Nesse sentido, o cinema ( assim como a literatura, o teatro, a televisão, a Internet etc.) deve ser visto como uma instância “pedagógica” parceira da educação escolar, não como rival.

Além disso, se a relação do espectador com os produtos audiovisuais não é passiva; se narrativas em imagem-som não têm o poder de **sozinhas** forjar pensamentos, idéias e opiniões e se o ambiente cultural tem papel importante no modo como os sujeitos significam o conteúdo dessas narrativas e o “aplicam” em suas vidas, para evitar possíveis efeitos negativos que possam advir dessa relação é mais eficiente e adequado investir no enriquecimento, pluralidade e diversificação da atmosfera cultural em que esses sujeitos estão imersos do que tentar intervir, diretamente, em suas escolhas ou preferências. Para isso, é necessária a criação de políticas públicas de incentivo à produção e ao consumo de bens culturais diversificados – programas públicos de difusão cultural, que atuem de forma independente dos interesses de mercado<sup>16</sup>.

Outra questão a considerar: se o processo de significação de imagens em movimento é gradual e articulado aos modos de ver do grupo de pares e aos diferentes tipos de discursos produzidos em torno dessas imagens, faz sentido pensar que é possível “ensinar a ver”, o que implica criar ambientes em que essa prática é valorizada, incentivar discussões a esse respeito, favorecer o confronto de diferentes interpretações e assim por diante.

Se o domínio dos códigos que compõem a linguagem audiovisual é poder em sociedades que produzem e consomem esse tipo de artefato, é também tarefa dos meios educacionais oferecer os recursos adequados para a ampliação dessa competência, do mesmo modo como se faz com a linguagem escrita.

Há muitas questões a serem investigadas nesse campo, algumas delas mais

---

<sup>16</sup> Promover a independência dos bens culturais em relação aos interesses de mercado é a base da política de “exceção cultural”, imposta pela França nos acordos firmados com a Organização Mundial do Comércio.

prementes. Precisamos tentar compreender, por exemplo, como se articulam, no processo de aprendizagem, os conhecimentos adquiridos na experiência com o cinema e os conhecimentos transmitidos/produzidos, de forma sistemática, em ambiente escolar e de que maneira linguagem escrita e linguagens audiovisuais combinam-se na produção desses saberes. Penso que os pesquisadores da área de educação são os mais indicados para desenvolver estudos nessa direção.

Finalizo este trabalho registrando duas visões opostas em torno do mesmo problema - o papel social do cinema – escritas em 1947, por alemães radicados nos Estados Unidos. É possível que nenhuma delas esteja de todo correta, mas ambas nos ajudam a compreender melhor a dimensão e importância dessa discussão para as sociedades contemporâneas.

“Se a maior parte dos cinemas fosse fechada, provavelmente os consumidores não sentiriam sua falta.” (Adorno e Horkheimer,1985)

“Se todos os poetas líricos, compositores, pintores e escultores sérios fossem forçados pela lei a cessar suas atividades, uma fração bem pequena do público em geral tomaria conhecimento do fato e outra ainda menor iria lamentá-lo seriamente. Se a mesma coisa acontecesse com o cinema, as conseqüências sociais seriam catastróficas.” (Erwin Panofsky, 1982)

## **Referências bibliográficas:**

**ADORNO E HORKHEIMER.** A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: *Dialética do esclarecimento*. RJ: Jorge Zahar, 1985

**DUARTE,** Rosália. Filmes, amigos e bares: a socialização de cineastas na cidade do Rio de Janeiro. Tese de doutorado. Orientadora: Tânia Dauster. PUC-RJ, Departamento de Educação, 2000.

**LAPLANCHE & PONTALIS.** Dicionário de Psicanálise. SP: Companhia das Letras, 1980.

**LAROSA,** Jorge. Literatura, experiência e formação (entrevista por Alfredo J. da Veiga Neto). In: **VORRABER COSTA,** M. (org.) *Caminhos investigativos. Novos olhares na pesquisa em educação*. Porto Alegre, RS: Ed. Mediação, 1996, pp.133-162.

**LINDLOF,** Thomas. Media audiences as interpretative communities. In: **ANDERSON,** James. *Communication Yearbook*. Newbury Park: Sage Publications,

n.11,1998, p. 81-107.

**LOURO**, Guacira Lopes. O cinema como pedagogia. In: Louro e outros (org.) *500 anos*

*de educação no Brasil*, BH: Editora Autêntica, 2000

**PANOFSKY**, Erwin. Estilo e meio no filme. In: **COSTA LIMA** (org.) *Teoria da cultura de massa*. RJ: Paz e Terra, 1982

**SANTOS**, Pedro Henrique Simonard. *A geração do Cinema Novo*. Dissertação de Mestrado. Orientadora: Prf<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Marília da Silva Franco, Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 1995.

**TERRAIL**, Jean – Pierre. *La dynamique des générations : activité individuelle et changement social (1968/1993)*. Paris: Éditions L'Harmattan, 1995.

**TODA Y TORERO, AGUIRRE & CERVERA**. A violência nos meios de comunicação. *Comunicação & Educação*, 8, 44-62, jan./abril 1997

**WHITE**, Robert A. Tendências dos estudos da recepção. *Comunicação & Educação*, (13), set./dez. 1998, pp. 41-66, SP: Editora da USP