

As Juventudes e a Relação com o Audiovisual: Relatos de uma Pesquisa de Campo

Youth and the Relationship with the Audiovisual: Reports from a Field Research

Carla Silva Machado¹

RESUMO:

Este artigo traz um recorte da tese de doutorado da autora que objetivou estabelecer relações entre as juventudes e o audiovisual. Destacam-se os caminhos metodológicos percorridos na pesquisa de campo além do espaço e dos sujeitos desta pesquisa – jovens moradores de um bairro periférico de uma cidade de médio porte do Estado de Minas Gerais. Como referencial teórico optou-se por autores que tratam dos estudos latino-americanos da área de comunicação, tais como: Martín-Barbero (2000, 2013), García Canclini (2008), Sarlo (2013) e outros, que analisam o papel do audiovisual nos modos de ser dos povos latino-americanos, estes são articulados com autores que tratam da Indústria Cultural, em especial Adorno (2015), e com os que discutem as juventudes na atualidade, tais como Dayrrel, Carrano e Cachorrano (2014). Neste artigo optou-se por discutir a categoria de análise emergida na pesquisa que trata da formação do gosto dos jovens por um padrão estético-narrativo de produtos audiovisuais.

PALAVRAS-CHAVE: Juventudes; Audiovisual; Indústria cultural.

¹Doutora em Educação pela PUC/Rio. Membro do Grupo de Pesquisa em Educação e Mídias (GRUPEM – PUC/Rio). Professora da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) – Campus Carangola. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2916-3351>. E-mail: carlasingular@yahoo.com.br

ABSTRACT:

The present article brings an aspect of the author's doctoral thesis, which aimed to establish connections between youth and audio visual media. We have highlighted the methodological aspects of fieldwork as well as the field and subjects of the research – young inhabitants of the outskirts of a medium-sized city in the State of Minas Gerais. As theoretical basis we have opted for authors that deal with Latin American communication studies, such as: Sarlo (2013), Martin-Barbero (2000, 2013), García Canclini (2008) and others, who analyse the role of the audio visual in the lifestyle of Latin Americans, articulating with authors who deal with the Cultural Industry, especially Adorno (2015), as well as with the ones who discuss current youth, such as Dayrrel, Carrano e Cachorrano (2014). This article chose to discuss the analysis category that emerged in the research in the research that handles taste formation among young individuals for an aesthetic-narrative standard in audio visual products.

KEYWORDS: Youth; Audio visual; Cultural industry

Introdução

O presente artigo é um recorte da minha tese de doutorado cujo objetivo geral foi analisar como os jovens se relacionam com a padronização que o cinema faz da juventude em filmes de grandes bilheterias. No desenvolvimento da pesquisa de campo foi feito um recorte para os jovens de uma escola da periferia de uma cidade de médio porte do Estado de Minas Gerais. Entendo que este recorte é importante, pois, conforme Sarlo (2013), há uma pressão para levar todos os jovens a parecer iguais tentando criar uma única identidade juvenil e isso se dá, muitas vezes, inclusive por pressões do mercado, que tenta criar um consumidor ideal.

Durante o desenvolvimento da pesquisa, notei aproximações entre as juventudes, o que ocorre com gostos por determinados tipos de filmes, por exemplo, porém, notei inúmeras diferenças, uma delas, a falta de acesso dos jovens pesquisados a espaços culturais como salas de cinema, o que faz com que estes fiquem restritos aos filmes que são transmitidos pelos canais abertos de TV.

A pesquisa realizada partiu da seguinte questão problema: **as narrativas audiovisuais participam da configuração de formas de representação em contextos de alto consumo de imagens em movimento?** Meu interesse, desta forma, era compreender como essas narrativas relacionam-se com os jovens de classes populares, cuja escolha se deu por entender que eles configuram um segmento importante da população que assiste a filmes e, muitas vezes, os filmes são um dos poucos acessos que este público tem à produção cultural. Para os jovens de camadas populares, as mídias estão entre as principais fontes de entretenimento e de informação.

Dados da Ancine (2014) apontam que as narrativas audiovisuais produzidas nos EUA ocupam mais de 90% do circuito exibidor (cinema, televisão e DVD) no Brasil e, isso não é diferente quando se trata de narrativas que tematizam as juventudes, o foco central da pesquisa desenvolvida, pois a proposta da pesquisa de campo foi criar momentos de visualização de filmes em que os protagonistas fossem jovens.

A partir dos elementos apresentados, torna-se importante discutir a contribuição do audiovisual na representação das juventudes, tomando como referência estudos latino-americanos da área de comunicação, que analisam o papel do audiovisual na configuração de representações e de modos de ser dos povos latino-americanos, entre os quais se destacam: Mauro Wilton de Sousa (1995), Jesús Martín-Barbero (2013), Néstor García Canclini (2008), Beatriz Sarlo (2013) entre outros.

Nas seções seguintes, serão apresentados, em linhas gerais, como foi desenvolvida a pesquisa de campo e quem foram os atores pesquisados, além dos principais dados encontrados durante o processo de desenvolvimento da pesquisa.

Por que pesquisar audiovisual e juventudes?

Segundo dados da Agência Nacional de Cinema (Ancine), entre as 20 maiores bilheterias do ano de 2014, há apenas um filme brasileiro (*Até que a sorte nos separe* 2, Roberto Santucci, 2013) que ocupa a 17ª posição no *ranking*. O filme mais visto nas salas de cinema brasileiras, em 2014, foi *A culpa é das estrelas* (Josh Boone, inspirado no romance de John Green, 2014) que estreou em 950 das 2.833 salas de cinema do país e teve um público de 6.165.705 pessoas (Ancine, 2014). Este é, inclusive, um filme cujos protagonistas são jovens e foi o primeiro filme

visualizado na pesquisa de campo que será relatada neste artigo. Dos 20 filmes mais vistos nos cinemas em 2014, 10 têm protagonistas jovens, sendo 2 deles filmes infantis (*Como treinar seu dragão 2*, Dean DeBlois, 2014; *Frozen: uma aventura congelante*, Chris Buck e Jennifer Lee, 2014).

Ainda segundo dados da Ancine, em 2014, das 584 obras lançadas em DVD no mercado de vídeo doméstico brasileiro, 385 foram produzidas nos Estados Unidos, 56 na França, 51 na Inglaterra, 35 no Brasil, 25 no Canadá, 11 no Japão e 53² em outros países. Os dados da agência ainda mostram que, em 2014, dos 284 lançamentos em *blu-ray*, 206 são de filmes produzidos nos Estados Unidos, 30 na Inglaterra, 19 no Brasil e 13 na França.

Em relação à TV aberta, os 2.233 longas-metragens exibidos no ano de 2014 pelos canais Rede Globo, TV Cultura, TV Brasil, SBT, Band e Rede Record, 1.860 eram estrangeiros e 373 brasileiros (ANCINE, 2014). Esse levantamento não apresenta uma relação dos filmes estrangeiros exibidos e nem sua nacionalidade, mas afirma que são os filmes que também tiveram grandes bilheterias nas salas de cinema nos anos anteriores, o que me permite inferir que se trata, em sua maioria, de filmes produzidos nos Estados Unidos.

Importante destacar que anualmente a Ancine levanta os dados sobre os filmes mais assistidos pelo público brasileiro e que os dados de 2014 foram usados como referência neste trabalho, pois os filmes visualizados na pesquisa de campo, realizada em 2016, foram da lista de 2014. Destaca-se, ainda, que se acompanharmos a série histórica de filmes mais vistos nas salas de cinema brasileiros em qualquer ano da pesquisa realizada pela agência, o número de filmes estadunidenses, assim como do público que os assiste é sempre maior do que o de filmes de outras nacionalidades, inclusive os brasileiros que ocupam poucas salas do circuito.

A partir deste contexto descrito, foi possível formular algumas questões para o desenvolvimento da pesquisa de campo que originou este artigo. A primeira delas diz a respeito a como jovens receptores brasileiros se relacionam com os filmes que têm jovens como protagonistas, a maioria deles produzido em outros países? Como percebem e analisam essas narrativas? Sentem-se representados nelas? Identificam padrões representacionais de juventude? Identificam diferenças nos modelos representacionais?

Vale destacar que, na perspectiva dos Estudos da Comunicação latino-americanos, o receptor ganha destaque e não é visto apenas como aquele que recebe a informação, ou, nas palavras de Sousa (1995, p. 23): “O receptor se confunde ora com o consumidor social ora com o desbravador de si mesmo: é um consumidor que não se resume a depositário sedento do irrefletido de desejos, nem à busca desesperada de si”. Mas para que isso de fato ocorra, é preciso investir na formação deste receptor/consumidor/cidadão.

A partir da concepção de que o receptor se confunde com o produtor, visto que dá subsídios para criação de produtos comunicacionais, é que apresento os conceitos e discussões que me levaram a analisar as relações das juventudes com as narrativas audiovisuais. Entendo os meios de comunicação como um espelho que pode refletir a cultura, mas que também pode deixar-se refletir por ela.

Nessa perspectiva, compreendo a relação entre mídia e espectador a partir do que Sarlo (2013, p. 105) comenta sobre a lógica do encontro entre espectador e televisão:

Mimética e ultrarrealista, a televisão constrói seu público a fim de poder refleti-lo, e o reflete para poder construí-lo: no perímetro desse círculo, a

² Ao fazer a soma dos filmes produzidos em cada país, cheguei a 616, resultado possível porque há filmes produzidos por mais de um país e foram contados duas vezes.

televisão e o público estabelecem o pacto de um programa mínimo, tanto do ponto de vista estético quanto do ponto de vista ideológico. Para produzir-se como televisão, basta ler o livro da televisão. Depois o público usa a televisão como lhe parece melhor, ou como pode; e a televisão não deixa de fazer o mesmo. O mercado audiovisual, que ficcionaliza a todos como iguais, reside neste pacto que não é necessário às possibilidades técnicas do veículo, e sim à lei capitalista da oferta e da procura.

Essa compreensão aponta ainda para as possíveis interseções entre política e cultura que, segundo Martín-Barbero (2013), estão no cerne da constituição do público receptor latino-americano. Para o autor, a população conquistou, nas últimas décadas, a capacidade de não apenas assistir aos produtos veiculados pelos meios de comunicação, mas também de analisar e contestar estes meios; o receptor se percebe não só como alguém que vê, mas que quer conhecer a técnica e manipulá-la, hibridizando visualidade e tecnicidade (MARTÍN-BARBERO & REY, 2004, p. 16).

Segundo García Canclini (2008, p. 51): “Os textos e as imagens vão existindo à medida que o leitor ou o espectador os usam ou reinterpreta.” As funções de receptor e produtor se complementam, pois em ambas há ação e estão aí as chamadas “brechas” que permitem o aparecimento de discursos contraditórios nos meios de comunicação para atender à diversidade de seu público receptor.

Nessa mesma direção, García Canclini (2008) esclarece que o consumidor pode ser considerado o receptor, ou ainda, o usuário de um serviço ou de produtos culturais que foram absorvidos pela Indústria Cultural. O autor assinala, no entanto, que a diminuição da pluralidade de ofertas pode tornar o consumidor mais susceptível ao discurso hegemônico dos meios. Pode parecer contraditório afirmar a diminuição da pluralidade de ofertas em um contexto de ampliação de possibilidades de acesso à produção midiática, com canais de TV por assinatura, repositórios de vídeo e produtos audiovisuais disponíveis na internet. No entanto, os meios de comunicação seguem sendo comandados por poucas e gigantescas corporações, a maioria delas sediadas nos EUA, que, de certo modo, ainda determinam padrões estéticos³, ideológicos⁴ e narrativos⁵.

É importante destacar que, apesar da falta de políticas mais incisivas que regulem os meios de comunicação, os próprios usuários têm criado caminhos alternativos que apontam para uma regulação de mercado, os meios audiovisuais são uma prova disso: se até bem pouco tempo atrás contávamos apenas com a televisão e o cinema, hoje são múltiplas as possibilidades de acesso às produções audiovisuais, pois além da TV aberta e salas de cinema, tem-se a possibilidade de assistir aos canais por assinatura e utilizar, como consumidor e/ou como produtor, os repositórios de vídeos da internet, além das plataformas de *streaming*, como Netflix, Amazon entre outros.

Em palestra proferida na Casa de Rui Barbosa, no Rio de Janeiro, em 17 de abril de 2015⁶, García Canclini afirmou que a cada aparição de um novo suporte midiático, acredita-se que o

³ Neste trabalho, uso o conceito clássico de estético que vem do grego *aisthesis*: percepção, sensação, sensibilidade, diretamente ligado aos fundamentos da arte.

⁴ Ao tratar de termos como “ideologia” e “ideológico” o farei a partir de Althusser (1996, p. 114), que cita os três pilares da ideologia: 1) “a ideologia é uma ‘representação’ imaginária dos indivíduos com suas condições reais de existência”; 2) “a ideologia tem uma existência material”; 3) “a ideologia interpela os ‘indivíduos’ como sujeitos”.

⁵ O termo “narrativa”, neste trabalho, tem o significado de exposição de fatos ou formas de contar histórias.

⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QFkfM3ONbfE>>. Acesso em: 1 set. 2015.

anterior acabaria, porém, o que se percebem são novas possibilidades e suportes para assistir a velhas narrativas. As salas de cinema não fecharam com o aparecimento da TV, e ambos não perderam totalmente seu público com a disseminação das videolocadoras ou os filmes disponíveis na rede mundial de computadores.

Assim como García Canclini, Jenkins (2009, p. 41-42) acredita que: “Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e *status* estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias.” Este autor afirma, ainda, que as mudanças estão relacionadas à ideia de protocolos, cunhada por Lisa Gitelman, que trata, grosso modo, do vínculo que estabelecemos com cada suporte midiático, podendo sofrer mudanças a todo o momento. Para Jenkins (2009), ao tratar deste conceito, cada espectador ou usuário estabelece diferentes vínculos com os suportes e estes mudam. Por exemplo, um espectador pode acompanhar em canal aberto uma determinada telenovela, porque gostou do tema, porque está de férias ou porque gostou da atuação de algum ator e tem tempo para isso; ao acabar a telenovela ele não se vê obrigado a acompanhar a próxima, mesmo que neste horário ele não tenha compromisso que o impeça de ver TV. O mesmo acontece com as redes sociais, o usuário pode acompanhar por um tempo, depois sair e, se quiser, mais tarde, volta a fazer parte dela, pois não há nada que o impeça de se fixar àquele suporte.

Todas essas tecnologias convivem simultaneamente, uma não exclui a outra e são espaços e ferramentas importantes para disseminação cultural. Beatriz Sarlo (2013) defende que as novas tecnologias criam novas maneiras de leitura, que não é mais apenas a leitura de letras, mas uma leitura dos sons, das imagens, permitindo diversos leitores sociais possíveis.

Porém, vale ainda destacar que as escolhas entre um ou outro suporte, uma tecnologia ou outra, não são tão autônomas quanto parecem, o mercado influencia as escolhas, além disso, as condições socioeconômicas do usuário também definem o suporte por ele usado.

Em relação às questões que tratam das juventudes, parto da concepção de que, as juventudes são diversas e podem ser definidas a partir de inúmeros olhares, ou nas palavras de Enne (2014, p. 135): “Juventude, embora ainda apareça associada a uma faixa etária em algumas leituras, é agora uma forma de ver e ser no mundo [...]”, portanto, os jovens que foram pesquisados também apresentam suas peculiaridades: estudam numa escola pública, moram no bairro em que estudam e permanecem boa parte do dia na escola, que é o local de aprendizagens tanto formais quanto estético-culturais, nesta perspectiva, ao apresentá-los e também as atividades desenvolvidas na pesquisa, estas características aparecerão no decorrer do percurso metodológico e analítico.

Durante o desenvolvimento da pesquisa, o espaço escolar foi fundamental para entender estes jovens, além disso, foi neste espaço que pude entender as relações que eles estabelecem com o audiovisual e com as mídias de maneira geral, uma das principais evidências foi, por exemplo, entender que apesar de conhecerem vários suportes midiático-tecnológicos, muitos não têm acesso a eles por questões socioeconômicas desfavoráveis, o que os coloca, muitas vezes, à margem das inovações tecnológicas a que outros jovens convivem mais diretamente.

Os caminhos da pesquisa de campo

A pesquisa empreendida ocorreu durante todo o ano letivo de 2016. Desenvolvida como pesquisa-intervenção, envolveu a realização de oficinas de visualização⁷ de filmes, diário de campo, questionários, áudio e videografações e registros impressos de atividades desenvolvidas pelos sujeitos⁸ da pesquisa.

As atividades de pesquisa foram realizadas no contraturno das turmas do ensino fundamental II de uma escola da Rede Municipal de uma cidade de porte médio do Estado de Minas Gerais e, sendo realizadas desta forma, como proposta de um projeto extracurricular, mas ligado à formação dos alunos da escola em questão, criou-se, conforme Dionne (2007), um vínculo de cooperação entre atores e pesquisadora, o que contribui para uma aproximação maior entre a pesquisadora e os pesquisados. Nas palavras do autor:

A elaboração e a partilha dos conhecimentos ocorrem em relações de convivência que incitam, ao mesmo tempo, o pesquisador a coletar os conhecimentos derivados da ação e o ator a contribuir diretamente para a produção de conhecimentos. A divisão social do trabalho profissional entre pesquisador e o participante-ator tende a desvanecer-se, tornando-se um coletivo engajado em uma mesma intervenção. (DIONNE, 2007, p. 34).

Para o desenvolvimento da pesquisa foram propostas oficinas de visualização de filmes com os alunos do ensino fundamental II da escola pesquisada. Entendo o trabalho com oficinas, assim como Andrade e Lucinda (2011), ou seja, como um espaço de desenvolvimento prático de temas do cotidiano. Partindo do conceito clássico de oficina como local de consertos ou, ainda, “de aprendizagem de certo grau de habilidades, desenvolturas ou competências ao campo das artes” (p. 258), a oficina pode ser um espaço em que se “aprende trabalhando”. Para esses autores, há duas características essenciais para uma oficina: “(1) trabalho coletivo e (2) processos de ensino-aprendizagem que integra teoria e prática” (p. 259). No desenrolar da pesquisa, essas duas características ficaram evidenciadas no desenvolvimento das atividades propostas. Isso comprovou a relação direta das oficinas com a pesquisa-ação ou pesquisa-intervenção, visto que, tendo realizado as atividades propostas por esta pesquisadora, os participantes não saíram da mesma forma que entraram, ou seja, mesmo que não possam ser mensuradas, as oficinas desenvolvidas durante a pesquisa, modificaram o modo de ver filmes dos atores envolvidos.

Nessas oficinas, foram usados os materiais da escola, como computador, TV, DVD, projetor multimídia e caixas de som, que foram instalados na sala destinada às atividades da pesquisa. Os filmes selecionados foram comprados por mim em DVD para que pudessem ser exibidos para os alunos; além disso, foi também de minha responsabilidade preparar os materiais utilizados nas rodas de conversa, momento posterior à visualização dos filmes.

⁷ Optei pelo termo “visualização” de filmes, por entender que as oficinas foram momento de exibição mediada dos filmes, cujo objetivo não era apenas ver os filmes, mas refletir e discutir sobre a construção narrativa e estética deles, para isso, todas as exibições foram previamente preparadas e o material empírico produzido por mim para o momento do debate. Neste sentido, entendo que os termos exibição e/ou fruição não seriam apropriados para esta proposta.

⁸ Neste trabalho, as expressões “sujeitos de pesquisa”, “atores envolvidos”, “pesquisados”, “sujeitos pesquisados”, “alunos participantes da pesquisa”, “jovens” e “alunos” serão usadas como sinônimos para que o texto não fique repetitivo.

É importante ressaltar que oficinas como recurso de pesquisa são muito comuns, quando se quer analisar fenômenos grupais, principalmente quando os interesses da pesquisa estão ligados a aspectos subjetivos e sociais. Nesses casos, grupos focais ou perguntas direcionadas, como uma entrevista, por exemplo, podem fazer com que os sujeitos ajam e/ou falem de maneira superficial, ou sintam-se pouco à vontade para expressar o que pensam de maneira clara e direta.

Segundo Lima e Abade (2009), as oficinas pressupõem um estabelecimento de relações, posto que envolvem os sujeitos de maneira integral, levando-se em conta suas formas de agir, sentir e pensar. Dessa forma, há sempre elementos disparadores que levarão ao debate ou a outras atividades que proporcionarão aos sujeitos a possibilidade de manifestarem-se sobre o tema proposto sem se sentirem pressionados ou intimidados pelo pesquisador.

Um fator relevante envolvendo o método de oficinas é que, à medida que os encontros vão acontecendo, é possível trazer novas estratégias e dinâmicas para envolver mais o grupo e essas dinâmicas são os elementos disparadores das atividades propostas. Afonso (2000) aponta que o planejamento deve ser flexível, visto que implica a contínua transformação, enquanto fluir o processo grupal. Lima e Abade (2009) afirmam que a definição da sequência de temas e técnicas é feita ao longo do processo da oficina, o que torna possível perceber a demanda dos sujeitos. No caso desta pesquisa com jovens, a expectativa inicial era deixá-los à vontade para manifestarem-se a respeito das relações estabelecidas entre eles e o audiovisual e, ao longo das semanas, percebi que o clima para o debate foi ficando mais favorável; do primeiro ao último encontro a relação entre mim e eles ficou mais próxima, o que facilitou o diálogo entre os envolvidos.

Para o desenvolvimento das oficinas, foi essencial fazer um planejamento que frequentemente começava com o levantamento de dados sobre o filme a ser exibido (produção, custos, seleção dos atores, notícias veiculadas, campanha publicitária, críticas e comentários veiculados, entre outros). Depois disso, os filmes selecionados eram assistidos e eram feitas anotações sobre cenas ou questões importantes que ajudariam na elaboração dos elementos disparadores das atividades a serem realizadas nas rodas de conversa. Esses elementos disparadores podiam ser desde uma cena do filme exibido, que merecia ser discutida, ou escolhas estéticas na composição de algum personagem (aspectos físicos, figurino, ângulos, fotografia, trilha musical, etc.) e da narrativa (cenários, planos, estrutura, roteiro, organização, fotografia, trilha musical, etc.) ou um texto ou reportagem que analisasse o filme ou a proposta de escrita a partir da ação de um personagem, entre outras atividades que foram sendo criadas ao longo do processo.

Segundo Afonso (2000), citando Lewin (1988) e Mailhiot (1991), as oficinas em grupo permitem a interação face a face, em que os indivíduos participam de um processo de comunicação “intersubjetivo, com linguagem verbal e não-verbal” (p. 13).

Inicialmente, a partir desse entendimento de que as ações dos sujeitos seriam tão importantes quanto a fala, visto que existe uma linguagem não-verbal fazendo parte dos acontecimentos, optei por registrar as oficinas em vídeo. Porém, levantei a possibilidade de a videogravação alterar as ações dos sujeitos, pois alguns poderiam ficar mais retraídos e outros mais dispostos a falar para a câmera, e não necessariamente para mim e os colegas. Sendo assim, após essa avaliação, optei pela gravação das oficinas em áudio, pois além de ser mais fácil, sendo necessário apenas um gravador potente, era mais cômodo para transportar para o campo de pesquisa; o gravador é uma ferramenta que chama menos atenção e tende a distrair menos os sujeitos pesquisados, não comprometendo a dinâmica das oficinas.

Mesmo fazendo a análise das vantagens da audiogravação, eu tinha o entendimento de que seria importante não apenas registrar a fala dos sujeitos de pesquisa, mas suas expressões faciais, corporais, as reações diante do filme, das falas dos colegas e outros, portanto, a captação da imagem em movimento seria importante neste tipo de pesquisa, pois talvez apenas as anotações feitas por mim e as audiogravações não capturassem a dinâmica do ambiente. Dessa forma, em alguns momentos, foram feitas videogravações, usando o celular e uma máquina fotográfica caseira e estes recursos também foram usados em algumas atividades da roda de conversa, momento das oficinas em que eu abria para o debate do filme visualizado.

Ao final do trabalho de campo, as audiogravações, videogravações, fotos, atividades desenvolvidas pelos jovens pesquisados e as notas de campo foram submetidas à Análise de Conteúdo (AC). A AC permite a análise sintática e semântica, ou seja, vai da palavra e suas dimensões gramaticais e formais para os possíveis sentidos em que elas são empregadas. Esta técnica foi adotada na análise dos dados desta pesquisa, pois se mostrou coerente com o tipo de material produzido nas oficinas.

Segundo Bauer (2013, p. 195):

A AC trabalha tradicionalmente com materiais textuais escritos, mas procedimentos semelhantes podem ser aplicados a imagens [...] ou sons [...]. Há dois tipos de textos: textos que são construídos no processo de pesquisa, tais como transcrição de entrevista e protocolo de observação; e textos que já foram produzidos para outras finalidades quaisquer, como jornais ou memorandos de corporações. Os materiais clássicos da AC são textos escritos que já foram usados para algum outro propósito. Todos esses textos, contudo, podem ser manipulados para fornecer respostas às perguntas do pesquisador.

No caso da pesquisa em tela, a AC serviu como suporte para análise do material coletado em campo, conforme mencionado. Para proceder à análise deste material, foi utilizada a versão 8.0 do programa ATLAS Ti, que é uma ferramenta que permite trabalhar com diversos formatos de mídia e extensão de arquivos. Além disso, no caso da vídeo e da audiogravação, o programa permite a codificação direta do material, tornando a análise possível sem a necessidade da transcrição das falas e situações. No que se refere ao material produzido na pesquisa de campo, ao escutar os áudios, por exemplo, era possível marcar os trechos mais significativos, sendo esses trechos transcritos por mim.

Os filmes selecionados para visualização obedeciam a um critério bem específico: foram filmes que tinham jovens como protagonistas e que integraram a lista de filmes de maiores bilheterias dos cinemas brasileiros no ano de 2014. Conforme já mencionado, ao final de cada ano, a Ancine faz um levantamento e divulga no início do ano seguinte a lista dos 20 filmes com maiores bilheterias do ano anterior. E foi a partir desse levantamento da Ancine (2015), que cheguei a oito filmes:

- 1) *A culpa é das estrelas* – dirigido por Josh Boone, inspirado no romance de John Green, lançado no Brasil em 5 de junho de 2014, filme classificado como drama, com 125 minutos de duração e não recomendado para menores de 12 anos;
- 2) *Malévola* – dirigido por Robert Stromberg, lançado no Brasil em 29 de maio de 2014, filme com 96 minutos e não recomendado para menores de 10 anos;

- 3) *X-Men: dias de um futuro esquecido* – dirigido por Bryan Singer, lançado no Brasil em 22 de maio de 2014, um filme de ação, com 131 minutos de duração e não recomendado para menores de 12 anos;
- 4) *Jogos vorazes: a esperança – parte 1* – dirigido por Francis Lawrence, lançado no Brasil em 19 de novembro de 2014, com 193 minutos e não recomendado para menores de 14 anos;
- 5) *Capitão América 2: o soldado invernial* – dirigido por Anthony Russo, lançado no Brasil em 10 de abril de 2014;
- 6) *O espetacular Homem-Aranha 2* – dirigido por Mark Webb, lançado no Brasil em 1º de maio de 2014;
- 7) *O Hobbit: a batalha dos cinco exércitos* – dirigido por Peter Jackson, baseado na obra de J. R. Tolkien, lançado no Brasil em 11 de dezembro de 2014;
- 8) *Guardiões da galáxia* – dirigido por James Gunn, lançado no Brasil em 31 de julho de 2014.

A escolha pelo ano de 2014 se deu em função de estes filmes já terem sido lançados em DVD; dessa forma, os filmes foram adquiridos na versão original para não comprometer a qualidade da exibição/visualização.

Desde o início da escolha dos filmes, deixei em aberto se todos aqueles selecionados seriam exibidos, visto que contaria com a receptividade da proposta pelos participantes da pesquisa e os percursos do campo poderiam apontar outros caminhos. De qualquer forma, optei por exibi-los pela ordem do *ranking* divulgado pela Ancine. Durante o desenvolvimento da pesquisa, houve algumas mudanças e desta seleção inicial, apenas os quatro primeiros filmes foram exibidos, por isso foram descritos mais detalhadamente. As mudanças iniciais se deram porque havia muitos filmes, na listagem inicial, que tinham super-heróis como personagens centrais, durante a pesquisa, estes filmes foram substituídos a partir de enquetes e pesquisas de outros filmes que eram de interesse dos jovens.

Além dos quatro primeiros filmes da lista da Ancine, os jovens assistiram a três filmes escolhidos por eles a partir de votação realizada durante as oficinas, são eles: *As crônicas de Nárnia: o Leão, a Feiticeira e o Guarda-Roupa* (2006), *João e Maria: caçadores de bruxas* (2013) e *Jurassic World: o mundo dos dinossauros* (2015) e a um filme escolhido por mim, que foi o filme *As melhores coisas do mundo* (2010) um filme brasileiro dirigido por Laís Bodansky, este último filme entrou na programação, pois eu queria entender a relação destes jovens com filmes produzidos no Brasil, visto que todos os outros filmes vistos são filmes estadunidenses.

Quem são os jovens pesquisados?

Para conhecer os jovens participantes da pesquisa e traçar um perfil socioeconômico deles, recorri aos dados do questionário socioeconômico que os alunos da escola onde a pesquisa foi realizada preencheram ao fazer a Prova Brasil⁹. Usei os dados do questionário da

⁹ A Prova Brasil é um exame nacional em larga escala criado em 2005 pelo Ministério da Educação. É complementar ao Sistema Nacional de Avaliação da Educação Básica e um dos componentes para o cálculo do Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb). É aplicada aos alunos do 5º e 9º anos de todas as escolas públicas do país que atendam às prescrições de aplicação, como, por exemplo, número mínimo de alunos em cada ano.

edição 2015, disponibilizados pelo QEdU¹⁰, com 51 questões que envolvem desde a idade do respondente, até o número de cômodos da sua casa e seus hábitos de leitura. O questionário é dividido em duas áreas: Perfil (subdividido em Sociocultural, Econômico e Cotidiano) e Estudos (Trajetória, Incentivo e Deveres).

Para caracterizar o perfil socioeconômico dos atores envolvidos na pesquisa, mencionarei mais especificamente as questões que tratam do perfil do respondente, visto que estas estão mais diretamente relacionadas a esta pesquisa. É importante destacar que na edição 2015, duas turmas da escola deveriam ter feito a Prova Brasil e como a turma de 9º ano tinha menos de 20 alunos – número mínimo exigido para participação na prova –, apenas os alunos do 5º ano participaram e responderam ao questionário. Ressalto que o aluno deve comparecer à prova, mas não necessariamente responder ao questionário; nessa edição, apenas 17 alunos o fizeram. As questões respondidas pelos alunos foram tomadas como referência para caracterização socioeconômica dos sujeitos desta pesquisa.

As questões de 5 a 13, que tratam dos bens de consumo das famílias, fazem um levantamento dos aparelhos eletrônicos que os alunos possuem em suas casas, além de levantar se suas famílias têm automóvel próprio.

A partir das questões que tratam dos bens de consumo, respondidas pelos alunos, é possível verificar que todos eles têm geladeira e máquina de lavar em casa, que a maioria tem pelo menos dois aparelhos de televisão, um aparelho de rádio e um aparelho videocassete e/ou DVD. Chama atenção que um dos alunos não tenha nenhum aparelho de TV em casa, o que demonstra que, apesar de ser um bem popularizado, ainda há aqueles que não têm acesso nem aos canais de TV aberta. A pesquisa ainda aponta que grande parte das famílias dos jovens respondentes não tem carro, ou seja, depende do transporte público. Quase metade dos alunos não tem computador em casa, grande parte deles tem apenas um, sendo assim, para esse público, o computador não é um aparelho pessoal, sendo compartilhado com outros membros da família.

Pelos dados do questionário, é possível concluir que os respondentes vivem em condições básicas, ou seja, todos têm banheiro em casa, as casas têm pelo menos um quarto e um deles conta com empregada doméstica todos os dias da semana para realizar as tarefas do dia a dia.

Entre os respondentes, 70% moram com três ou mais pessoas em suas casas; ao relacionar o número de cômodos e bens de consumo presentes nas casas desses jovens com o número de moradores, fica evidente que grande parte deles divide quarto, banheiro, computador, rádio, videocassete e/ou DVD e televisão com outros membros da família, o que evidencia uma estrutura econômica básica, ou seja, características de classes populares que têm acesso aos bens de consumo, mas não em grande escala.

A questão de nº 42 aborda a relação dos respondentes com o trabalho: “Atualmente você trabalha fora de casa (recebendo ou não um salário)?”; 3 estudantes responderam que sim. Levando em conta que eles estão entrando no ensino fundamental II, este é um dado preocupante, pois muitos alunos trabalhadores acabam abandonando a escola antes de terminarem o ensino médio.

Ao tratar da relação dos jovens com o trabalho, Corrochano (2014) aponta que eles, muitas vezes, entram no mercado de trabalho de maneira precária, em atividades cujo salário é muito baixo, pois ainda não têm qualificação para concorrer a postos de mais prestígio e

¹⁰ Site criado pela Fundação Lemman e Merit Educacional, que disponibiliza e analisa os dados de avaliações educacionais em Larga Escala. Ressalto que, para esta pesquisa, usei apenas o material bruto disponibilizado pelo site, não me interessando pelas análises feitas, visto que meu objetivo é traçar um perfil socioeconômico dos sujeitos que frequentam a escola pesquisada.

estabilidade. A autora afirma que “Até os 16 anos, qualquer tipo de inserção no mercado de trabalho é proibida no Brasil, salvo nas condições de aprendiz (entre 14 e 15 anos).” (CORROCHANO, 2014, p. 215). Por isso, a questão fala do trabalho informal, quando usa a expressão “recebendo ou não um salário”, pois é provável que esses alunos façam trabalhos informais, os chamados “bicos”. Ainda segundo Corrochano (2014, p. 213):

No Brasil, assim como em países da América Latina, a transição para o trabalho depois de finalizada a escolaridade básica não é uma realidade e duas características importantes marcam a relação entre escola e trabalho no país: o ingresso precoce no mercado e a conciliação ou superposição de estudo e trabalho. Aqui, boa parte dos jovens envolve-se com o trabalho e, especialmente, com os *bicos* desde muito cedo, mobilizando múltiplas estratégias para *ganhar a vida*. (Grifos no original).

Os dados apresentados a seguir sobre a caracterização dos sujeitos desta pesquisa tratam de suas experiências e práticas cotidianas em relação ao audiovisual. Vale ressaltar que eles foram obtidos a partir de um questionário com 16 questões que foi respondido em um dos primeiros encontros realizados na pesquisa de campo. No início das atividades do projeto, participavam 27 jovens e foram estes que responderam o questionário; depois houve um acréscimo de cerca de dez alunos, mas o perfil geral das turmas não mudou. Nesse primeiro momento, 14 meninas e 13 meninos participaram das atividades da pesquisa de campo e as idades variaram entre 10 e 14 anos. As duas turmas das oficinas de visualização eram mistas: participaram das atividades do primeiro semestre 2 alunos do 9º ano, 3 alunos do 8º ano, 11 do 7º ano e 11 do 6º ano. No primeiro semestre da pesquisa, os quatro primeiros filmes foram assistidos, no segundo semestre os outros quatro e, conforme mencionado, houve um aumento no número de participantes da pesquisa, isso ocorreu, visto que a cada semestre os jovens podem optar por outras oficinas disponibilizadas no contraturno escolar.

Ao serem perguntados se viam filmes quando eram crianças, apenas um dos jovens respondeu que não. Em relação à idade que começaram a ver filmes, 13 disseram que foi entre 6 e 9 anos, 12 responderam que foi antes dos 6 anos e 2 responderam que foi a partir dos 9 anos de idade.

Quanto ao local em que viam filmes, os participantes da pesquisa tinham três opções para responder: (1) em casa (TV, DVD); (2) na casa de amigos ou parentes; (3) no cinema. A alternativa 2 não foi marcada por nenhum dos respondentes, um jovem respondeu que via no cinema e os outros 26 que viam em casa.

Perguntados se gostavam de assistir a filmes, todos responderam que sim e essa resposta corrobora a opção pela oficina, pois eles tinham conhecimento de que durante o ano de 2016, o projeto Contadores de Histórias, espaço do contraturno escolar usado para o desenvolvimento das oficinas e pesquisa de campo seria de visualização de filmes.

Sobre o fato de os alunos irem ao cinema quando eram crianças, 4 responderam que nunca iam, 5 que raramente, 16 que iam às vezes e apenas 2 responderam que iam com frequência.

Quando perguntados com quem iam ao cinema, 15 alunos responderam que iam com os pais, 7 que iam em atividades promovidas pela escola e outros 5 deram respostas variadas. Perguntados se costumam ir ao cinema atualmente, 15 responderam que sim e 12 participantes, que não. As respostas a essas duas questões indicam que, apesar de assistirem a filmes, muitos não frequentam salas de cinema, ou seja, assistem a filmes principalmente em outros lugares;

senalizam também que a escola é a responsável por muitas das atividades culturais de que eles participam fora do ambiente escolar.

Foi possível justificar essas questões levantadas ao analisar as respostas que tratam da frequência em que esses alunos vão ao cinema, grande parte deles (18 alunos) foi poucas vezes ao cinema e apenas três jovens responderam que vão ao cinema todo mês, enquanto os demais disseram que vão 2 vezes ao ano. A partir das respostas dos jovens, foi possível concluir que para eles, a TV é o contato mais direto com filmes, o que confirma os estudos de Martín-Barbero e outros autores que apontam o quanto a TV tem enorme relevância no Brasil e nos demais países da América Latina.

A “Pesquisa brasileira de mídias”, encomendada pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom), em 2014, aplicada junto a 18 mil entrevistados pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), afirma que a televisão é a mídia mais acessada pelo brasileiro. Segundo a pesquisa, 95% dos entrevistados afirmam ver TV, com a média diária de tempo de consumo dos brasileiros: 4h30.

É importante destacar que, no Brasil, há muitas cidades que não têm nenhuma sala de cinema, isso faz com que a única maneira de assistir a filmes seja a TV, pois é também a forma mais barata de ter acesso a filmes. Dados da Ancine (2015) revelam, por exemplo, que 50% do público que vai ao cinema está nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo, onde encontram-se aproximadamente 50% das salas de cinema do país. Em contrapartida, o Estado do Acre, na região Norte, tem apenas 5 salas de cinema. O Estado de Minas Gerais, onde a pesquisa foi realizada, conta hoje com 8% do total de salas de cinema do território nacional. Na cidade de realização da pesquisa de campo, há aproximadamente 15 salas de cinema, todas elas em *shoppings centers* ou complexos pertencentes a grandes empresas exibidoras (Cinemark, Kinoplex, Cinemais e outras)¹¹.

Além do acesso limitado, devido ao número reduzido de salas, o ingresso de cinema teve o valor médio nacional calculado, em 2015, em R\$ 13,59 (ANCINE, 2016), porém este é o valor médio, pois há salas com ingresso acima de R\$ 40,00, o que pesa no orçamento familiar, visto que os pais pagam seus ingressos e os dos filhos, isso dificulta a presença constante de famílias de classes populares nas salas de cinema.

A questão em que são perguntados em que plataforma assistem a filmes com mais frequência, confirma a inferência de que está na TV aberta o principal acesso dos jovens desta pesquisa aos filmes, 13 deles responderam que assistem à TV aberta, 9 responderam que assistem à TV paga, e os demais que assistem a filme no cinema, pela internet ou DVD/Blu-ray. Perguntados quantos filmes assistem por semana, mais da metade dos jovens responderam que assistem a cinco filmes ou mais.

Quando perguntados se costumam assistir a filmes na escola, 21 responderam que sim e apenas 6 disseram que não. Perguntados, ainda, se os filmes assistidos na escola estavam relacionados a alguma disciplina, 23 responderam que sim e apenas 4 disseram não. Ao serem questionados sobre quais disciplinas eram essas, as que mais apareceram foram: história, ciências e os projetos de fotografia e afetivo-sexual.

A última questão do questionário, uma questão aberta, solicitava a eles que escrevessem o nome de um filme que eles gostariam de assistir e 6 jovens responderam que não tinham

¹¹ O último cinema de rua de Juiz de Fora, o Cinearte Palace, com exibidor independente foi fechado no dia 14 de junho de 2017. Neste espaço funcionava o Cube do Professor (com ingressos mais baratos para professores e uma sessão gratuita aos sábados) e a Sessão Cidadão (com ingressos a R\$ 1,00): dois projetos que visavam à formação de público.

nenhum filme que gostariam de ver. É interessante notar que 17 filmes foram citados, sendo apenas três deles brasileiros: 1) *O escaravelho do Diabo* (Carlos Milani, 2016), filme baseado num livro que eles estavam lendo no Projeto de Leitura e que estreou em 2016; à época do questionário, eles estavam se preparando para ir ao cinema assistir a este filme; 2) *Os dez mandamentos* (Alexandre Avancini, 2016), também estava em cartaz nos cinemas e com inúmeras propagandas em um canal de TV aberto, realizador do filme que foi adaptação de uma novela do canal; 3) *Copa de elite* (Vitor Brandt 2014), uma comédia que faz uma paródia do filme *Tropa de elite* (José Padilha, 2007). Outros filmes foram mencionados, porém, estes três foram os de destaque.

A partir dos dados levantados no questionário, percebi que os jovens pesquisados não têm o hábito de frequentar salas de cinema e, portanto, as atividades escolares que trabalham com visualização de filmes têm um significado bastante importante na formação deles, pois os filmes vistos na escola foram lembrados por muitos como sendo os últimos filmes que assistiram. É necessário destacar, ainda, que a TV aberta é o principal suporte desses sujeitos para visualização de filmes.

O que estes jovens pensam sobre os filmes que viram?

Durante as atividades desenvolvidas na pesquisa de campo e tendo em vista o referencial teórico apresentado na seção introdutória deste artigo, pude perceber cinco categorias de análises, quais sejam: 1) Padrão Estético-narrativo; 2) Formação do gosto; 3) Padronização de Juventude; 4) Diferença entre os filmes brasileiros e os estadunidenses; 5) Fantasia *versus* realidade. Na categoria Padronização de Juventude emergiu ainda uma subcategoria que aborda a relação dos jovens com os super-heróis, por isso tantos filmes com esta temática dirigidos a este público.

As duas primeira categorias serão discutidas efetivamente neste artigo, levando-se em conta a ligação direta entre elas e sendo estas as duas categorias que exprimem as relações mais diretas entre as juventudes e o audiovisual.

Em relação ao Padrão Estético-narrativo, os sete primeiros filmes assistidos pelos participantes desta pesquisa, durante as oficinas de visualização, seguem determinados padrões, tanto relacionados à produção, o que envolve as questões estéticas e de narrativa – ou a política da estética, quanto à distribuição, o que está ligado a questões de mercado e arrecadação – a chamada estética da política.

O filme *A culpa é das estrelas*, por exemplo, o primeiro visualizado na pesquisa, é equiparado, em matéria publicada pela Revista Veja (CARNEIRO, 2014)¹², a outros filmes dramáticos de grandes bilheterias, como *Titanic* (James Cameron, 1997) e *Menina de Ouro* (Clint Eastwood, 2004). Na matéria, o ator que faz o personagem principal é comparado a Leonardo DiCaprio (ator de *Titanic*)¹³ e a atriz é lembrada pelo filme que protagonizou

¹² Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/assim-como-o-livro-a-culpa-e-das-estrelas-e-filme-para-ser-sentido/>>. Acesso em 24 jun. 2017.

¹³ *Titanic* foi um filme lançado em 1997 com enorme sucesso. Teve 14 indicações para o Oscar, recebendo 11 prêmios, incluindo Melhor Filme e Melhor Diretor. Com uma bilheteria total de 2,1 bilhões de dólares, este foi o primeiro filme a arrecadar mais de 1 bilhão mundialmente, permanecendo como filme de maior arrecadação da história por 12 anos, sendo ultrapassado por *Avatar*, do mesmo diretor, em 2009.

anteriormente, *Divergente* (Neil Burger, 2014). Todos esses elementos oferecem ao leitor os parâmetros que orientarão seu olhar. A matéria termina comparando o filme aos demais lançamentos do ano de 2014, direcionados ao público jovem:

Na contramão dos últimos sucessos infantojuvenis da literatura e do cinema, que apostam em tramas fantasiosas, com bruxos e vampiros, ou distopias violentas, John Green surge como um respiro honesto e que não subestima seu público. Os adolescentes perceberam isso e o escritor se tornou uma grife: seus livros são presença constante na lista de mais vendidos. *A culpa é das estrelas* não deverá ter uma continuação como outras séries *teens*. Porém, a carreira de Green no cinema está só começando e promete ser brilhante. (CARNEIRO, 2014, s/p., grifos no original).

Dos sete primeiros filmes vistos, apenas dois não foram produzidos pelas seis grandes empresas de cinema de Hollywood, que formam a MPAA (*Motion Picture Association of America*), e apenas um não é distribuído por nenhuma delas, o que evidencia a concentração de demandas em poucas empresas e confirma o investimento elevado na distribuição dos filmes, visto que, para cada sala em que o filme é distribuído, há necessidade de uma cópia da obra. Em países como o Brasil, em que a língua não é o inglês, essas cópias ainda dependem de legenda ou dublagem. Dessa forma, para atuar no mercado, é preciso forte poder econômico para aguardar o retorno do investimento vindo das bilheterias.

Todos os filmes vistos nas oficinas tiveram retorno de bilheteria maior do que pelo menos quatro vezes seu gasto de produção, ou seja, nenhum deles fracassou nas bilheterias. Vale destacar que *A culpa é das estrelas* é considerado um filme com baixo orçamento e alto retorno em bilheteria, pois rendeu 23 vezes o seu orçamento, somente com o arrecadado nas bilheterias pelo mundo.

Os sete filmes estrearam no Brasil com exibição em no mínimo 450 salas, sendo que *Jogos vorazes: a esperança – parte 1* bateu o recorde de salas (1.580) até aquele momento, ou seja, até 2014, este foi o filme com o maior número de salas disponibilizadas no lançamento, o que equivale a mais da metade das salas de cinema do Brasil, que segundo a Ancine (2015), contava com 2.833 salas em funcionamento.

Para que seja possível dimensionar o poder mercadológico desses filmes e o espaço que eles ocupam no cenário brasileiro, ao comparar os dados deles com os do filme brasileiro mais assistido em 2014, *Até que a morte nos separe 2* (produzido pela Globo Filmes e distribuído pela Paris Films), este ocupa o 17º lugar no *ranking* de filmes mais vistos no país naquele ano, foi lançado em 778 salas e teve público de 2.930.693. Este é o único título brasileiro na lista dos 20 filmes de maior bilheteria no Brasil e seu público só é maior do que o filme *As crônicas de Nárnia: o Leão, a Feiticeira e o Guarda-Roupa*, que teve estreia em 488 salas brasileiras e é a produção mais antiga das sete assistidas, datada de 2005.

Segundo a Ancine (2015, p. 13): “Em 2014, 31 filmes estrangeiros e apenas três filmes brasileiros foram lançados em mais de 500 salas.” Além disso, a agência indica que nove filmes estrangeiros foram lançados em mais de mil salas, o que contribui para uma restrição do espaço para filmes brasileiros e de outras nacionalidades.

O acesso fácil a filmes estadunidenses é também responsável pela formação estética dos espectadores: há uma maior facilidade para visualizá-los, pois estão em todas as salas de cinema e, em seguida, na TV, na internet e, em algumas cidades, em locadoras de DVD e há, ainda, a facilidade na visualização das narrativas, que são bastante lineares e de fácil compreensão.

Além disso, a manutenção do padrão narrativo e do elenco tende a criar, para o espectador, uma espécie de “garantia de qualidade”, passando a impressão que filmes que fogem a determinados padrões são ruins.

Durante a pesquisa, pude perceber o quanto a padronização estética e narrativa dos filmes vistos pelos jovens cotidianamente pode inferir diretamente na criatividade deles. Logo no início da pesquisa, depois da visualização do filme *A culpa é das estrelas*, pedi que se colocassem no lugar do criador do filme e preenchessem uma ficha fazendo as mudanças do filme que eles achavam necessárias. A orientação para a atividade apontava:

Após assistir ao filme: *A culpa é das estrelas* e conhecer Hazel e Augustus, as personagens principais, se você fosse o autor do roteiro do filme, como você caracterizaria as personagens principais (seus gostos/ suas características físicas/ em que cidade morariam?/ onde se conheceriam?/ idade/ para onde iriam viajar?/ o que seria o empecilho para eles viajarem?/ quem eles gostariam de conhecer?/ como o ídolo deles os trataria?/ como seria o desfecho do filme?).

Participaram dessa dinâmica 27 jovens e apenas dois apontaram mudanças significativas nas características das personagens ou na estrutura do filme. Os demais praticamente reproduziram o filme que viram e, quando fizeram alguma mudança, esta ocorreu frequentemente no desfecho do filme, deixando o final da narrativa menos triste o que indica que os filmes de ficção podem ser, conforme supunha Adorno (2015), uma válvula de escape ou uma fuga da realidade, o que faz com que narrativas fantasiosas com finais felizes obtenham mais sucesso junto ao público do que os dramas com finais trágicos, o que aponta, neste sentido para a quinta categoria que discutiu fantasia *versus* realidade, mas que não será tratada de maneira mais aprofundada neste artigo.

Conforme discutido, há uma padronização estética das narrativas vistas pelos participantes desta pesquisa. Isso tem uma relação direta com o acesso que estes têm a essas narrativas, em sua grande parte estadunidenses e ao mesmo tempo está diretamente ligado à formação do gosto dos jovens espectadores. Na perspectiva de incentivar a circulação de conteúdos audiovisuais produzidos no Brasil, foram criadas duas leis importantes que podem contribuir para o acesso a materiais audiovisuais de cunho nacional e, em um segundo momento, colaborar para a formação do gosto do público brasileiro. São elas: a lei nº 12.485/11, que trata da circulação de conteúdo audiovisual produzido no Brasil nos canais de TV pagos e a lei nº 13.006/14, que trata da exibição de filmes de produção nacional nas escolas de educação básica.

A lei nº 12.485 entrou em vigor em 12 de setembro de 2011 e ficou conhecida como a Lei de Cotas de Tela. Ela regulamentou o serviço de TV por assinatura no Brasil, antes dispersa em diferentes comandos legais. Essa lei estabelece a veiculação de 3h30 semanais de programação de conteúdos brasileiros nos canais de espaço qualificado¹⁴ e, também, determina que todos os pacotes ofertados ao assinante constem de canais brasileiros, numa proporção de 3 por 1, ou seja, a cada três canais de espaço qualificado, pelo menos um deve ser de programadora brasileira.

Certamente a lei de cotas não garante que filmes brasileiros sejam mais vistos e aprovados pelo espectador de canal fechado, mas impulsiona a produção de audiovisual no Brasil e

¹⁴ Espaços qualificados são aqueles que exibem predominantemente filmes, séries, animação e documentário.

visibiliza essas produções, garantindo maior acesso a elas. Nesse sentido, pode ser um caminho para o aumento de produção e para que mais produtos nacionais sejam exibidos na programação, levando à ampliação do público.

A lei nº 13.006/14, aprovada no dia 26 de junho de 2014, acrescenta § 8º ao artigo 26 da LDB, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Segundo este parágrafo, “a exibição de filmes de produção nacional constituirá componente curricular complementar integrado à proposta pedagógica da escola, sendo a sua exibição obrigatória por, no mínimo duas horas mensais.”

Entendo que esta lei tem como objetivo, mais do que divulgar o cinema nacional ao público infantil e jovem que frequenta as escolas brasileiras, apresentar para este público filmes aos quais eles não teriam acesso em seu cotidiano, pois, muitas vezes, ficam restritos a poucas salas de cinema ou aos canais fechados de TV. Acredito que a aprovação da lei seja uma oportunidade de tratar da literacia fílmica nas escolas brasileiras e ampliar o olhar de meninas e meninos que não têm acesso ao cinema cotidianamente a filmes que não são encontrados com tanta facilidade, quanto os filmes visualizados durante esta pesquisa. Mas também tenho consciência de que a lei só faz sentido se possibilitar o diálogo e o surgimento de propostas inovadoras e que sejam capazes de unir criticidade, autoria e autonomia. Ou seja, mais que trabalhar a exibição destes filmes, o ideal é fazer atividades de visualização envolvendo a mediação.

As leis aqui apresentadas podem ser vistas como práticas possíveis na mudança do cenário e na democratização de acesso a diferentes narrativas. Penso que o espaço escolar tem enorme responsabilidade nisso, portanto, colocar a lei nº 13.006/14 em prática deve ser compromisso de todos os atores que acreditam que a educação pode ser mais do que a reprodução de valores e de condições sociais.

Dessa forma, se a escola pudesse apresentar outros filmes ou outras maneiras de vê-los, talvez os alunos pudessem se interessar por eles. Ou, ainda, segundo Bergala (2008, p. 46): “Oferecer aos alunos outras referências e abordar com eles os filmes com confiança, sem uma desconfiância prévia muito marcada, seria sem dúvida, hoje, a verdadeira resposta aos filmes ruins.”

Vale, inclusive, discutir que nem todo produto audiovisual padronizado precisa ser classificado como ruim, desenvolvendo assim a criticidade na leitura fílmica e contribuindo neste debate para mudar o olhar até de muitos professores que ainda resistem ao audiovisual no espaço escolar.

Longe de um final feliz ou uma possível consideração final

Durante o desenvolvimento da pesquisa de campo relatada, ficou bastante evidenciado o enorme poder de mercado da indústria cinematográfica estadunidense. Os filmes hollywoodianos são tidos como referências tanto estético-narrativas quanto em relação à política de distribuição e exibição.

Os dados sobre a indústria cinematográfica que foram apresentados mostram que os filmes de grandes bilheterias no Brasil, e também em vários países do mundo, são os filmes produzidos em Hollywood. Além disso, estes filmes saem das salas de cinema e vão, em curto espaço de tempo, para os canais de TV fechados, suportes streaming (como Netflix e Amazon) e, em seguida, para a TV aberta. O que facilita sua ampla divulgação em curto espaço de tempo.

Vale ressaltar que, nos últimos anos antes da pandemia (que teve como reflexo o fechamento das salas de cinema em todo o mundo), o tempo entre a estreia de um filme nas salas de cinema e sua chegada aos outros suportes tem sido cada vez menor, o que facilita a divulgação destas narrativas, mesmo para o público que não tem o hábito de ir ao cinema.

Na lista dos 20 filmes mais vistos nas salas de cinema brasileiras, em 2014, há apenas um filme brasileiro, todos os outros são estadunidenses e, destes, metade são filmes para o público jovem ou infantil. Dessa forma, há além de um investimento massivo na produção, distribuição e exibição dos filmes, conforme constatado, também uma estratégia de formação de público, o que pode ser confirmado pelo número de filmes para o público jovem (no ano de 2014, da lista de 20 filmes mais vistos, 8 era para o público jovem e 2 para o público infantil), além de uma padronização estético-narrativa de filmes para este público, o que, na prática, facilita a adesão por um tipo de filme, que passa pela estrutura narrativa, mas também pela imagem e som produzidos, que incluem determinadas características físicas de atores, efeitos especiais, qualidade de áudio e outras questões técnicas a que o espectador se acostuma, há, portanto, mais que uma formação de público, uma formação de gosto.

Neste sentido, o audiovisual estadunidense é de alto investimento, porém tem retorno assegurado tanto no que diz respeito à distribuição e exibição, quanto no que se realaciona à venda de produtos vinculados à marca dos filmes, através da chamada convergência das mídias (JENKINS, 2009). A juventude não consegue ficar imune a todas estas estratégias de mercado e, na maioria das vezes, se identifica com as narrativas apresentadas.

Ao retomar o objetivo geral deste trabalho que é analisar como os jovens se relacionam com a padronização que o cinema faz da juventude em filmes de grandes bilheterias, posso concluir que, apesar das diferenças de acesso que estão muito ligadas às questões socioeconômicas, ou seja, enquanto os jovens das classes mais favorecidas assistem aos filmes na semana de sua estreia nos cinemas, os jovens das classes populares aguardam sua exibição na TV, ou o assistem por meio de um DVD pirata; as juventudes não costumam questionar ou ter um olhar mais atento e crítico para os filmes que assistem. Essa falta de questionamento se dá em função de grande parte dos jovens, independentemente de suas classes sociais, não conhecerem outras estruturas fílmicas, por estarem acostumados às narrativas de grandes bilheterias, sendo assim, qualquer narrativa que saia desse modelo/padrão causa estranhamento.

No caso desta pesquisa, em se tratando da maneira como os jovens perceberam/analisaram as configurações de juventudes nos filmes, é possível supor que, em vários momentos, eles conseguiram identificar muitas semelhanças entre personagens e mesmo algumas simplificações na elaboração do perfil psicológico de alguns deles, mas, poucas vezes, isso causou incômodo ou foi traduzido numa vontade de verem suas características, sua cultura ou seu contexto social representados em uma narrativa cinematográfica.

A partir destas constatações, que apontam para uma espécie de monopólio das narrativas audiovisuais vindas dos Estados Unidos, que têm um padrão de produção, de distribuição e de exibição e que, em função disso, transformam o público, em especial o público jovem, num mercado consumidor primordial e essencial para a sua manutenção, buscando manter um controle rigoroso sobre este público, penso que há apenas um caminho, na perspectiva de deixar a relação entre juventudes e audiovisual mais equânime: apresentar aos jovens outras narrativas audiovisuais, mas ao mesmo tempo não impedi-los de visualizarem as narrativas com as quais estão familiarizados.

É possível, a partir do escopo fílmico que estes jovens têm que são, em sua maioria, os filmes de grandes bilheterias com narrativas padronizadas, educar para as mídias, apresentando

outros olhares e outras possibilidades de intervenção. Nesta pesquisa, esta abertura para outras propostas de narrativas cinematográficas se deu com a visualização do filme brasileiro *As melhores coisas do mundo* (2010), um filme cujo enredo principal gira em torno das angustias e conflitos de um adolescente e suas experiências vividas na escola. Para os participantes da pesquisa, o filme foi considerado cansativo, com poucos recursos técnicos e muito próximo da realidade deles, eles manifestaram-se preferindo filmes em que a realidade dá lugar à fantasia, ou seja, os filmes que estão habituados a ver.

Vale lembrar, neste sentido, conforme Martín-Barbero (2013), que nem toda recusa é resistência, resistir pode ser assimilar para contrapor e subverter. Acredito que diante de uma indústria tão forte quanto a indústria do audiovisual estadunidense, qualquer sujeito ou entidade que tentasse barrar a entrada destas narrativas nas comunidades juvenis seria fortemente criticado e poderia perder a oportunidade de diálogo.

Além disso, penso que a disputa a ser travada é por duas diferentes concepções de espectador (cf. FONSECA, 2016), um primeiro que fica dependente do entretenimento, e este ato tende à alienação, e o segundo que vê o audiovisual como uma prática reflexiva. Este segundo pensamento está muito ligado aos estudos do campo da comunicação latino-americanos, do qual Martín-Barbero é um dos representantes, enquanto o primeiro se aproxima dos estudos da escola de Frankfurt, cujo representante de maior destaque é Theodor Adorno.

Acredito que seja possível ver os filmes propostos nesta pesquisa não apenas na perspectiva do entretenimento, da submissão à indústria cultural, conforme sugere Adorno (2015), mas a partir de uma conversão do espectador em sujeito crítico. Isso é possível, a meu ver, a partir da visualização ou exibição mediada. Entendo que a mediação é capaz de penetrar no sistema “impermeável” em que tenta se configurar a indústria cultural, este é um caminho longo, mas pode render bons frutos.

Destaco que a análise aqui empreendida teve como ponto central trazer uma síntese da pesquisa realizada que contou com mais de 30 encontros durante o ano de 2016. A partir destes encontros e da relação do grupo de estudantes com os filmes visualizados, foi possível apresentar as questões discutidas neste artigo. Ressalto que, na perspectiva da pesquisa intervenção assumida na condução do processo, tanto o olhar da pesquisadora quanto o dos jovens pesquisados sofreram mudanças em relação aos filmes visualizados, abrindo-se para a troca de impressões e interações, o que proporcionou imensos aprendizados para ambos.

Referências

ADORNO, Theodor W. *Indústria cultural e sociedade*. Trad. Julia Elisabeth Levy e outros. Seleção de Textos Jorge Mattos Brito de Almeida. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2015.

AFONSO, Maria Lúcia M. *Oficinas em dinâmica de grupo: um método de intervenção psicossocial*. Belo Horizonte: Edições do Campo Social, 2000.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (Ancine). *Informe de acompanhamento do mercado*. Distribuição em Salas de Exibição – Informe Anual 2014. Publicado no Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) em 27 maio 2015. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/Anuario_2014.pdf>. Acesso em: 06 set. 2015.

_____. *Relatório anual*: distribuição em salas 2008. Superintendência de Análise de Mercado. Republicação no Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) em 2015. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/Relatorio_Distribuicao_2008.pdf>. Acesso em: 31 maio 2017.

ALTHUSSER, Louis. Ideologia e aparelhos ideológicos de estado: notas para uma investigação. In: ZIZEK, Slavoj. *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p. 105-142.

ANDRADE, Marcelo; LUCINDA, Maria da Consolação. Oficinas pedagógicas em direitos humanos: uma aposta de formação política com grupos populares. In: CANDAU, Vera Maria; SACAVINO, Suzana (Org.). *Educar em tempos difíceis*: construindo caminhos. Rio de Janeiro: 7Letras, 2011. p. 253-272.

BAUER. Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKEL, George (Org.). *Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som – um manual prático*. Trad. Pedrinho A Guareschi. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 2013. p. 189-217.

BERGALA, Alain. *A hipótese do cinema*: pequeno tratado de transmissão do cinema dentro e fora da escola. Trad. Mônica Costa Netto, Silvia Pimenta. Rio de Janeiro: Booklink; CINEAD-LISE-FE/UFRJ, 2008.

CARNEIRO, Raquel. Assim como o livro, “A culpa é das estrelas” é filme para ser sentido. *Revista Veja*, 5 jun. 2014. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/assim-como-o-livro-a-culpa-e-das-estrelas-e-filme-para-ser-sentido/>>. Acesso em: 24 jun. 2017.

CONVERSA com Ana Rosas Mantecón e Néstor Canclini na Fundação Casa de Rui Barbosa. Rio de Janeiro, 17 abr. 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QFkfm3ONbfE>>. Acesso em: 1º set. 2015.

CORROCHANO, Maria Carla. Jovens no ensino médio: qual é o lugar do trabalho? In: DAYRELL, Juarez; CARRANO, Paulo; MAIA, Carla Linhares (Org.). *Juventude e ensino médio*: sujeitos e currículos em diálogo. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014. p. 205-228.

DIONNE, Hugues. *A pesquisa-ação para o desenvolvimento local*. Trad. Michel Thiollent. Brasília: Liber Livro Editora, 2007.

ENNE, Ana Lúcia Silva. Conexões entre juventude, consumo e mídia: Múltiplas formas de atuação e apropriação. In: CARRANO, Paulo; FÁVERO, Osmar. *Narrativas juvenis e espaços públicos*: olhares de pesquisa em educação, mídia e ciências sociais. Niterói: Editora da UFF, 2014. p. 131-155.

FONSECA, Mirna Juliana Santos. Cinema na escola pra quê. *Revista Educação e Cultura Contemporânea*, v. 13, n. 31, p. 32-55, 2016. Disponível em: <<http://periodicos.estacio.br/index.php/reeduc/issue/view/96/showToc>>. Acesso em: 12 jul. 2017.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Leitores, espectadores e Internautas*. Trad. Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. Trad. Susana L. Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LIMA, Yuska; ABADE, Flávia. A oficina de Intervenção Psicossocial como estratégia de formação e articulação no trabalho com educadoras no contexto da pesquisa-ação. In: ABRASPSO. 15. 2009, Maceió. *Anais eletrônicos...* Maceió: Abrapso, 2009. Disponível em: <http://www.abrapso.org.br/siteprincipal/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=67&Itemid=95>. Acesso em: 14 out. 2015.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Desafios culturais da comunicação à educação. *Comunicação & Educação*, São Paulo, n. 18, p. 51- 61, maio/ago. 2000.

_____. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. 7. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

_____; REY, Germán. *Os exercícios do ver: Hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. Trad. Jacob Gorender. 2 ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina*. Trad. Sérgio Alcides. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2013.

SOUSA, Mauro Wilton. Recepção e comunicação: a busca do sujeito. In: SOUSA, Mauro Wilton (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 13-38.

AUTOR – Carla Silva Machado
E-mail: carlasingular@yahoo.com.br
<http://orcid.org/0000-0002-2916-3351>

Recebido em: **13 dez. 2021**

Aprovado em: **29 dez. 2021**