



Formação de audiência audiovisual: o gosto pelo filme brasileiro em Frederico Westphalen/RS¹

Eveline Poncio²

Felipe Zibell³

Cláudia Herte de Moraes⁴

UFSM / CESNORS

RESUMO: A importância do acesso à mídia cinematográfica se dá em todas as faixas etárias, porém nos jovens em formação é que a convivência com o cinema se torna definitiva para sua carga cultural.

O presente trabalho reflete sobre a visão que os jovens do meio rural e urbano da cidade de Frederico Westphalen/RS possuem sobre o cinema brasileiro. As condições de acesso do cinema assim como a influência da família e da escola em relação a esses jovens também serão analisadas a fim de construir um panorama geral sobre o gosto a partir do cinema produzido no Brasil.

Palavras-chave: audiência audiovisual; cinema brasileiro; cultura jovem

INTRODUÇÃO

O que o jovem de Frederico Westphalen pensa e entende por cinema brasileiro? De que forma ele se identifica com a produção cinematográfica nacional? A que filmes tem acesso? De que produções gosta? Como assiste? Com quem? Eram várias as questões iniciais para o entendimento do tema da pesquisa “Formação de audiência audiovisual: o gosto pelo filme brasileiro em Frederico Westphalen/RS”, realizada no âmbito do curso de Jornalismo do Centro de Educação Superior Norte (CESNORS) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

A pesquisa começou a partir do projeto de extensão “Vídeo Entre Linhas: formação de jovens realizadores no interior de Frederico Westphalen”. O projeto é promovido pela Fundação de Apoio à Tecnologia e Ciência (Fateciens) e faz parte do Programa de Apoio à Cultura: Extensão Universitária (Proext Cultura 2007), uma iniciativa do Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras

¹ Trabalho apresentado como Iniciação Científica ao GT de Audiovisual do Iniciacom, evento componente do IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul.

² Acadêmica do 4º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM/Cesnors, campus de Frederico Westphalen. E-mail: eve.poncio@bol.com.br

³ Acadêmico do 4º semestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM/Cesnors, campus de Frederico Westphalen. E-mail: felipez06@hotmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora Cláudia Herte de Moraes, jornalista, mestre em Ciências da Comunicação, professora do curso de Jornalismo da UFSM/Cesnors. E-mail: chmoraes@smail.ufsm.br



e Ministério da Cultura, sob o patrocínio da Petrobras e realização da Fundação de Apoio à Universidade Federal de São João Del-Rei (FAUF).

O objetivo deste projeto de extensão foi oferecer oficinas de audiovisual para jovens das regiões rurais da cidade e mostrar aos jovens que todos podem produzir um audiovisual. No entanto, os acadêmicos envolvidos no projeto passaram a produzir questões de pesquisa cujo objetivo era complementar o conhecimento e auxiliar no próprio andamento das oficinas. Assim, aqui se apresenta um dos focos pesquisados a partir dos questionamentos apresentados anteriormente.

Salienta-se aqui, que se trata de um relato inicial de reflexões ainda incompletas, essencialmente pela preocupação em captar a essência da formação da cultura audiovisual entre os jovens. A cidade de Frederico Westphalen não possui sala de cinema, e isso, como se explica mais adiante foi um dos temas refletidos e levados em consideração no contexto pesquisado. Uma pequena cidade do interior gaúcho, como tantas outras do Brasil, mas que tem seus jovens utilizando o audiovisual pela tecnologia do DVD. Este fato nos pareceu interessante para uma pesquisa sobre o gosto do jovem pelo cinema nacional. Além disso, o estudo pretendeu verificar qual percepção do jovem sobre a importância social do cinema.

Neste artigo, apresentamos um breve histórico do cinema especialmente as principais fases brasileiras e referências à experiência audiovisual recorrentes com maior importância na atualidade, tais como a escola, a família e a televisão. A partir dos relatos dos jovens pesquisados, muito se pode descobrir sobre como o cinema brasileiro é tratado pelas instâncias de formação cultural citadas e quais os possíveis caminhos para que a situação seja contornada.

1 A ARTE DO CINEMA

A sétima arte, designada por Ricciotto Canuto em 1912 como sendo o cinema, ainda hoje encanta espectadores, faz dar vida às idéias dos diretores e movimentar a indústria cinematográfica como nenhum outro veículo.

Mas o cinema é muito mais do que cenário, iluminação e roteiro: é emoção. A pluralidade de culturas elevadas à máxima potência. Dificilmente outra forma de arte consegue levar aos seus seguidores as mais diversas culturas, realidades e situações como nos filmes.



O cinema é a arte de representar, mostrar a realidade muitas vezes escondida, dar vida a seres inanimados ou até mesmo inventar personagens e tramas em um emaranhado de emoções. Emoção poderia ser aqui a palavra chave para o cinema. Quem nunca se emocionou assistindo a um filme? Muitas vezes imaginando-se naqueles personagens ou conflitos existentes nos roteiros cinematográficos.

Realidade atual, os passados históricos e lembranças esquecidas de povos, suas culturas. O cinema faz como ninguém seu papel de recuperar a história e dar ênfase a momentos esquecidos, ou passados despercebidos pelo mundo, sendo considerada a melhor forma de transmissão de conhecimentos e culturas.

No Brasil o surgimento e a evolução da cultura cinematográfica estão diretamente relacionados com os momentos sociais, econômicos e políticos de cada era.

A fase inicial do cinema, ainda com os irmãos Lumière, trilhou seus primeiros passos a sombra de outras artes, como o teatro e a literatura. Canudo (apud AGEL, 1982, p.10) diz que “o cinema se soma às artes tradicionais: arquitetura, música, pintura, escultura, poesia e dança. [...] é ao mesmo tempo, a fusão das Artes plásticas e das Artes rítmicas, da Ciência e da Arte”. Assim sendo, baseava-se nos princípios das outras artes, até que se consolidou com a caracterização da imagem como meio de expressão:

A luta essencial que se lhe depara é a de se libertar da palavra que está na base das artes literárias, para se servir – é só servir – da imagem que, enfim, se apresenta como o verdadeiro fundamento da nova arte. (FARIA, [s.d.], p.17)

O cinema no Brasil surgiu meses após a apresentação da novidade para o público europeu e americano, porém permaneceu no esquecimento durante os primeiros dez anos, tanto como atividade comercial de exibição de fitas importadas, quanto como fabricação artesanal local.

A abertura do cenário cinematográfico brasileiro foi realizada por estrangeiros que já tinham alguma experiência com a área cinematográfica em seus países de origem, mesmo assim o comércio cinematográfico realmente ganhou força a partir de 1907 com a chegada da energia elétrica produzida industrialmente no Rio de Janeiro.

As primeiras produções envolviam temas como reconstituições de crime de diversas naturezas, o que impressionava os espectadores. As primeiras filmagens brasileiras limitavam-se a assuntos naturais, sendo posterior o “posado”. Filmes de ficção surgiram no cenário cinematográfico com *Os estranguladores*, de Antônio Leal.



O país estava descobrindo a produção cinematográfica. Ainda não se falava em investimentos no cinema, muito menos em patrocínios para a produção. A partir desta lógica, de poucos investimentos, no Rio dos anos 40, alguns cineastas se arriscaram a produzir gravações de baixo custo, pouca infra-estrutura, mas com produção constante. Este momento da produção audiovisual do Brasil é conhecido como Chanchada. Inicialmente as temáticas envolviam carnaval, com comédias musicais de fácil comunicação com o público. Os grandes nomes aqui são Oscarito e Grande Otelo.

Com a passagem do tempo, a chanchada vai abandonando a exclusividade da temática “carnaval” e passa a investir na comédia de costumes, a partir dos tipos folclóricos do Rio de Janeiro. Muitas produções fazem sátiras de filmes hollywoodianos, ou paródias e refilmagens dos filmes norte-americanos, que agradam ao grande público, mas não são consideradas “cinema” pelos críticos. Até pelo significado do nome chanchada, que em espanhol quer dizer “porcaria”.

Em meados os anos 50, o cenário cinematográfico brasileiro começa a definir a estética nacional no cinema. A temática, cenários e personagens passam a expressar uma identidade nacional, lançando assim a semente para o cinema novo.

O cinema novo, como é nomeado o cinema brasileiro produzido nos anos 60, foi a fase em que os cineastas realizavam filmes autorais, baratos e com preocupações sociais enraizadas na realidade brasileira. Tendo como lema “Uma câmera da mão e uma idéia na cabeça”, os problemas sociais, a miséria dos camponeses nordestinos e rurais, foram os principais temas que envolveram o cinema novo. Após o golpe de 64, essa temática tomou outros rumos, a classe média urbana passou a ser o foco central dos filmes da época.

A partir dos anos 70, o eixo de produções cinematográficas, então residente no Rio de Janeiro se desloca para São Paulo, com a fase do gênero do cinema brasileiro chamado Pornochanchada. Sendo uma produção numerosa e extremamente comercial. O nome remete a chanchada, por trazer vários elementos do cinema produzido nos anos 40, com altas doses de erotismo, mesmo que não apresentasse cenas de sexo explícito ou nudez total. Vários artistas, principalmente mulheres, foram reveladas na pornochanchada e posteriormente passaram para a TV, sendo que, de certa forma, alguns tentam esconder a sua participação nos filmes do gênero.

Os filmes de “sacanagem” como foi chamada a pornochanchada, faziam parte de um comércio muito rentável, agradava ao público, embora a qualidade fosse algo dispensável na produção, e conseguiam altos índices de bilheteria nos cinemas das



grandes cidades, sendo que ficavam até três semanas em cartaz. O investimento no gênero e o financiamento eram feitos por comerciantes locais, produtores independentes ou qualquer pessoa que se interessasse em patrocinar as produções.

O caminho trilhado historicamente pelo cinema brasileiro sofre influência direta da situação econômica e política vigente no país. Após a chanchada, volta-se a idéia de cinema cultura, tem-se a vontade de fazer com que a população assista aos filmes brasileiros, consumam a cultura nacional e a valorizem. Porém, mais uma vez, nos anos 80, a crise econômica do país faz com que os investimentos no cinema nacional chegassem à zero, falta dinheiro para a produção cinematográfica e falta dinheiro também para que a população possa comercializar o produto, ir ao cinema.

Depois desta total queda das produções audiovisuais no Brasil, o cinema volta a caminhar vagarosamente, e aos poucos volta a produzir bons filmes e a trazê-los para a cultura da população de massa. A chamada “retomada” do cinema brasileiro começa a ser desenhada nos anos 90 e se consolida nos tempos atuais.

Com a nova ordem, alguns filmes lançados nos primeiros anos do novo século, com uma temática atual e novas estratégias de lançamento, como *Cidade de Deus* (2002) de Fernando Meirelles e *Carandiru* (2003) de Hector Babenco, alcançam grande público no Brasil e perspectivas de carreira internacional. Os filmes produzidos pela Casa de Cinema de Porto Alegre, também trazendo temáticas atuais, jovens e de agrado do público, como *Meu tio Matou um cara*, e *O homem que copiava* (2002), facilitam à comunicação a população com o cinema, e o alcance do cinema à população em geral.

É desta produção mais atual que podem (ou poderiam) falar nossos jovens. Porém, até que ponto a falta de conhecimento do cinema nacional como um todo pode influenciar a formação de uma cultura de cinema nos nossos dias?

2 O JOVEM E A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

O cinema tem como característica maior o uso do corpo e imagens como forma de expressão, utilizando cenários, personagens e um enredo para transmitir uma mensagem para o público. Através dos filmes criam-se laços de convivência, experiências emocionais e relacionais, que contribuem, indiscutivelmente, na formação do intelecto humano.

O cinema, assim como qualquer outra forma de arte que exista, soma qualidades ao indivíduo e expande os horizontes da mente, facilitando a compreensão de todos os



assuntos e contribui para criar uma percepção crítica naquele que trabalha, estuda ou acompanha esta atividade.

A relação dos jovens com o cinema brasileiro vem a ser a problemática principal que envolve este trabalho, como ele é visto pelo jovem e que fatores contribuem para esta assimilação sobre o cinema feito no Brasil, assim como as influências relacionadas com a família e a escola para o crescimento intelectual e cultural deste jovem. Devido à localização geográfica e social da região onde foram feitas as análises deste trabalho, e por esta cidade não possuir salas de cinema, nossos estudos serão baseados em filmes em DVD e VHS, e em alguns casos filmes apresentados na televisão.

A importância de o jovem ter acesso e manter a cultura de assistir a filmes brasileiros não se dá apenas pela riqueza de culturas e conhecimentos que envolvem o cinema. A linguagem audiovisual é transmissora de pluralidade cultural, informações, realidades políticas, econômicas e sociais do mundo em que vivemos. A boa relação e convívio com estas culturas e este meio podem colaborar para a formação de um jovem dinâmico, ciente da realidade em que vive e sensível para os problemas e sentimentos do mundo.

A linguagem visual, como todas as linguagens não-verbais, é particularmente propícia à transmissão de emoções, sensações (...) a imagem, por suas características intrínsecas, comunica de modo imediato, mais primitivo, que a palavra, suscitando ecos mais emotivos que a linguagem verbal. (FONTANA, 1983, p.22 apud FARIA [s.d])

Ao se trabalhar a linguagem audiovisual, ou mais especificamente, o cinema brasileiro com os jovens, deve-se levar em consideração fatores importantes para a criação deste elo. Quando se fala de cinema em si, remete-se diretamente ao cinema produzido no exterior, tipo “hollywoodiano”, com suas características e produção técnica reconhecida e valorizada mundialmente.

Diante disso, temos os jovens que têm como referência de cinema, do tipo longa-metragem, e consideram estes como bons filmes. Não é mero equívoco ver que esses mesmos jovens julguem como ruim as produções cinematográficas que fujam aos roteiros e produções americanas, sem que estes sejam previamente analisados e estudados por eles.

O cinema produzido no Brasil é uma arte totalmente própria e nacional, com suas características técnicas e de roteiros bem marcados e definidos. Diante disso, para



que se goste é preciso conhecer e entender. Como este jovem irá gostar do cinema nacional quando nunca foi falado a ele, ou explanado nada sobre o assunto?

É importante que a escola influencie o jovem a conhecer e fazer uma leitura crítica do cinema. Ele deve ser instigado a procurar novas informações e se sentir atraído pela cultura nacional valorizando os personagens culturais, a riqueza do povo e o talento dos cineastas brasileiros. Reconhece-se que para o professor poder utilizar o vídeo como forma de aprendizado em sala de aula, o próprio mestre deve estar apto para uso de tal tecnologia, porém o importante é incentivar a busca pelos filmes brasileiros e o gosto pelo produto nacional.

Além disso, a utilização do meio audiovisual nas escolas como forma de ensino já vem sendo bastante estudada principalmente pelo *Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo*, com o nome de *Educomunicação*, Segundo Reyzabal (1999), o ensino e a aprendizagem dos códigos plurais, desenvolvem o conhecimento crítico criativo, além de auxiliar a formação cultural e social. Mas, para que isso aconteça na prática, o educador precisa identificar a potencialidade do meio discutido e desenvolver uma metodologia que articule a apresentação do conteúdo, identificando as conveniências ideológicas, os erros da informação e a forma da linguagem.

A Educomunicação trabalha com temas transversais, valoriza o conhecimento como um todo, e não apenas informações compartilhadas. Nesse processo, as tecnologias têm um papel essencial: elas não são meros instrumentos para melhorar a performance do professor; devem ser usadas para melhorar a performance de todos, sejam professores sejam alunos, seja a própria comunidade. (RODRIGUES, 2002, p.4)

A influência sobre o jovem, a respeito do gosto pelo cinema, porém, não deve vir apenas da escola. Os pais têm uma participação muito grande nos gostos dos filhos e futuras aptidões que serão apresentadas pelos mesmos.

Outro ponto importante é analisar a audiência de filmes pela televisão, já que inúmeras cidades sequer possuem salas de cinema. Seriam os filmes selecionados para o horário nobre uma forma de mostrar a pluralidade de formatos e gêneros do cinema? E os filmes nacionais, que lugar ocupam na grade de programação das grandes emissoras?



3 OBJETIVOS E MÉTODOS DA PESQUISA

Trabalhar o cinema de uma forma prática, em uma cidade que não possui salas de cinema foi uma tarefa difícil. Sendo que muitos autores não consideram “cinema” qualquer transmissão de filme sem que seja feita em uma sala de cinema. Segundo a pesquisadora e professora Susana Kilpp: “a mídia cinema se caracteriza pela combinação de filmes e da sala escura com tela grande onde são projetados os filmes. Um filme na TV não é cinema, mas sim, ‘fluxo televisivo’.”

Mesmo assim e diante das dificuldades, trabalharam-se filmes em seus diferentes meios de transmissão: TV, DVD ou VHS, meios os quais são acessados pelos jovens de Frederico Westphalen, no interior do Rio Grande do Sul.

O projeto deu aos jovens a oportunidade de ter acesso a noções básicas de fundamentos de câmera, roteiro, iluminação, conhecimento sobre o audiovisual e construção de um documentário de curta duração como produto do projeto.

Inicialmente, o objetivo foi analisar o gosto e a relação dos jovens com cinema brasileiro. Com o decorrer do trabalho percebemos que os dados analisados nos remetiam às influências da escola, da família e da sociedade diante das respostas destes jovens ao consumo midiático dos filmes produzidos no país.

Quanto às técnicas e instrumentos de pesquisa, foi optado por um questionário individual, semi-estruturado, que foi aplicado a dez jovens participantes do projeto Vídeo Entre-Linhas, dos quais 07 foram respondidos, e a mais dez jovens de classe média do centro da cidade de Frederico Westphalen, dos quais 09 foram devolvidos, totalizando 16 questionários analisados.

Além dos questionários, exercitou-se a metodologia de *focus group*, no grupo da oficina do projeto Entre-Linhas, quando foi possível realizar um debate sobre a audiência audiovisual, preferências e gosto pelo cinema, além de discutir a respeito das informações presentes no questionário aplicado pela pesquisa.

4 O FILME BRASILEIRO E A AUDIÊNCIA AUDIOVISUAL

A partir dos questionários analisados, podemos verificar que o público pesquisado tem idade entre 12 e 19 anos. Dos 16 entrevistados, 10 deles já assistiram a mais de dois filmes brasileiros, enquanto 4 e 2 jovens assistiram, respectivamente, a dois e um filme brasileiro.



Todos os entrevistados disseram que assistiram aos filmes em DVD, o que nos sugere que existe a opção de escolha no momento de locar um filme, diferentemente do que seria se eles dependessem da grade televisiva para fazer uso dos mesmos.

Quando questionados sobre onde e com quem eles assistem a filmes, a metade dos jovens respondeu que assistiam aos filmes em suas casas na companhia de amigos.

É importante perceber que a quantidade de jovens que alegaram assistir filmes na companhia dos pais foi a mesma dos que só assistem a filmes na escola, tamanha a equivalência e importância desses dois segmentos na influência dos jovens em demonstrar interesse ou não pelo cinema brasileiro.

Dos dezesseis entrevistados apenas 1 (um) diz ter assistido a filmes brasileiros na casa de amigos e nenhum deles alega ter assistido sozinho a esses filmes. Em um dos grupos de debate que foi realizado com os participantes do projeto “Vídeo Entre-Linhas”, os jovens alegavam unanimemente o interesse por filmes de terror e suspense, sem em nenhum momento lembrar de outros gêneros cinematográficos.

De uma forma bem objetiva, foi perguntado aos entrevistados se eles gostavam ou não dos filmes brasileiros e por quê. As respostas a esta pergunta dividiram a opinião dos jovens: uma parte diz gostar dos filmes produzidos no Brasil, colocando as mais variadas respostas entre as explicações a este gosto, “por retratar a história o povo brasileiro”, por “trabalhar os problemas sociais encontrados no país”, e por “apresentarem roteiros variados”; Outra parte (mais da metade dos entrevistados), afirmaram não gostar de filmes nacionais. As respostas estavam baseadas na falta de “ação” nos filmes nacionais, por eles considerarem estes filmes “sem graça”, pouco atrativos. Além disso, muitos deles reconheceram que nunca tinham se interessado por estes filmes.

Em outro momento ficou clara a forte influência dos pais em relação ao gosto dos filhos. Quando lhes foi questionado se tinham conhecimento a respeito do gosto dos pais sobre os filmes brasileiros, dos dezesseis entrevistados, 13 disseram que os pais ou não gostavam ou nunca tinham demonstrado nenhuma afeição pelo produto. Restando 3 (três) jovens que disseram que SIM, os pais gostavam dos filmes brasileiros.

A relação direta entre escola e a opinião dos jovens mais uma vez foi afirmada. O papel da escola foi fundamental para a apresentação dos jovens ao cinema brasileiro, pois entre jovens pertencentes do meio rural o único filme lembrado foi OLGA (2004) de Jayme Monjardim, por ter sido utilizado por uma professora em sala de aula. Segundo os comentários dos alunos, porém, o filme foi apresentado a eles, sem que



houvesse uma análise posterior ou um direcionamento, pela parte da professora. Não é à toa que os jovens não gostaram do filme. Ainda no grupo de debate realizado pela pesquisadora e os jovens do projeto “Vídeo Entre-Linhas”, um jovem respondeu, sobre o seu conhecimento de cinema brasileiro, “não existem muitos filmes brasileiros, por isso que eu não assisto, e os que eu assisti também não gostei”.

A análise das respostas, como um estudo ainda em andamento, indicou alguns acertos e a necessidade de aprofundamento em algumas questões. Em alguns momentos os jovens se contradiziam nas respostas ao questionário. A realização deste *focus group* foi essencial para a tentativa de análise fiel aos dados coletados no ambiente pesquisado, sendo que servirá também de base para a ampliação e melhoramento do questionário antes de ser novamente realizado em outros ambientes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A audiência ao cinema é um dos pontos essenciais à formação cultural e social dos jovens. Assim, é possível concluir a importância de que, em regiões e cidades sem salas de cinema, como o local estudado, a escola exerça seu papel fundamental oferecendo ao jovem a oportunidade de conhecer e fazer uma leitura crítica do cinema.

Ele deve ser instigado a procurar novas informações e se sentir atraído pela cultura nacional valorizando os personagens culturais, a riqueza do povo e o talento dos cineastas brasileiros. Reconhece-se que para o professor poder utilizar o vídeo como forma de aprendizado em sala de aula, o próprio mestre deve estar apto para uso de tal tecnologia, além disso, é importante incentivar a busca pelos filmes brasileiros e o gosto pelo produto nacional.

A influência sobre o jovem, a respeito do gosto pelo cinema, não deve vir apenas da escola. Os pais têm uma participação muito grande nas escolhas dos filhos e daquilo que eles assistem.

A análise das respostas aos questionários e do debate gerado sobre o tema, como um estudo ainda em andamento, indicam alguns acertos da pesquisa. Porém, há também a necessidade de aprofundamento em várias questões. Em alguns momentos, os jovens se contradiziam nas respostas ao questionário. A realização deste *focus group* foi essencial na tentativa de análise fiel aos dados coletados no ambiente pesquisado, sendo que servirá também de base para a ampliação e melhoramento do questionário, antes da pesquisa ser ampliada e revisada em outros grupos da cidade.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGEL, Henri. **Estética do cinema**. São Paulo: Cultrix, 1982.

FARIA, Octavio de. **A história do cinema**. [s.d].

FARIA, Patrícia. Disponível em:

<http://www.coisadecinema.com.br/alinguagemaudiovisualnaeducacao>. Acessado em 14 fev. 2008.

KILPP, Susana. Disponível em: <http://kilppty.comdigital.info>.

REYZABAL, M. V. **A comunicação oral e sua didática**. Trad. Waldo Mermelstein, Ed. Universidade do Sagrado Coração, Bauru. São Paulo, 1999.

RODRIGUES, G. F. Disponível em:

<http://www.usp.br/nce/educomunicacao/saibamais/textos>. Acessado em 20 jan. 2008.