

## ***Cinema para o Ensino Fundamental***

*João Luís de Almeida Machado*<sup>1</sup>

*Filmes são (...) produtos hedonistas, que prometem diversão e a possível realização de fantasias, que mexem com os sentidos, com os sonhos e com processos inconscientes, que prometem aos espectadores uma experiência capaz de tocar no seu cotidiano e no seu imaginário, de despertar a chamada “magia do cinema”.*  
(ARAÚJO; CHAUVEL, 2008)

Muito se reclama da infantilização dos filmes adultos, em especial no cinema norte-americano, da forma como os filmes para "gente grande" foram perdendo os temas mais sérios ou ainda como foram dando espaço para temáticas onde há pouco espaço para uma visão crescida, crítica, propriamente adequada ao que o público maduro gostaria. Alguns estudiosos dizem que esse fenômeno ocorre devido à valorização extremada dada pela indústria cinematográfica mundial (especialmente Hollywood) ao segmento jovem, maior consumidor de produtos cinematográficos de acordo com várias pesquisas; em virtude disso, os adultos têm que adequar seus interesses aos de seus filhos, sobrinhos ou netos.

Dados sobre o público que frequenta as salas de cinema do Brasil, divulgados através de estudo realizado na Universidade Federal de Pernambuco indicam que 33% dos espectadores têm até 20 anos de idade, 40% estão na faixa etária dos 21 aos 40 anos e 27% dos usuários de cinemas brasileiros tem 41 anos ou mais. Informações reiteradas pelo *Ibope* em parceria com o site *Filme B* ([www.filmeb.com.br](http://www.filmeb.com.br)), especializado no mercado de cinema brasileiro, conforme se pode auferir com os dados apresentados em reportagem da Folha de São Paulo reproduzidos a seguir.

---

<sup>1</sup> Editor do portal *Planeta Educação* ([www.planetaeducacao.com.br](http://www.planetaeducacao.com.br)); Doutorando em Educação: Currículo pela PUC-SP; Mestre em Educação, Arte e História da Cultura pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (SP).

*Num acordo entre o Ibope e a Filme B, empresa especializada no mercado cinematográfico, foram divulgados neste mês dados sobre o perfil do frequentador de cinema no Brasil. Ouvidas 10 mil pessoas em nove Estados, concluiu-se que 54% dos espectadores são mulheres. A faixa etária predominante é a de 20 a 29 anos (33%), seguida pela de 12 a 19 anos (30%). 62% dos espectadores se situam nas classes A e B, 29% na classe C e 9%, nas D e E. (ARANTES, 2008)*

Levando-se em conta os dados mencionados nas duas pesquisas, e também o fato de que até os 30 anos de idade a maioria dos brasileiros com poder aquisitivo para ir a cinemas ainda não teve filhos, em especial nas praças de maior movimento de bilheteria, como as capitais dos estados ou as cidades do interior paulista, é possível concluir que aproximadamente 60% dos frequentadores habituais das salas de cinema de nosso país têm, no máximo, 30 anos.

Dado que pode ser equiparado ao dos principais mercados estrangeiros do referido segmento, como o dos Estados Unidos, do Canadá, do Japão e da Austrália ou das principais nações européias, como a Inglaterra, a Espanha, a Itália ou a França. Essas informações reiteram a idéia de que os filmes são produzidos, em especial, visando esse gordo e lucrativo segmento de espectadores formado por crianças, adolescentes e jovens adultos.

Nesse sentido, é notável o esforço e o incremento por parte dos realizadores cinematográficos voltados para a produção de filmes para crianças objetivando a produção de mais e melhores filmes destinados a essa faixa de consumidores de serviços cinematográficos. Isso acarreta, inclusive, a consecução de trabalhos tão qualificados que, literalmente, ultrapassem a fronteira tênue que separa esse mercado daquele formado pelos adolescentes e, ainda, que com a melhor qualificação das

histórias e recursos técnicos, expanda-se a ponto de atingir também o público de jovens adultos.

Exemplos bastante claros dessa tendência já consolidada é o lançamento, em especial nos períodos de férias, de animações de sucesso, como foram os casos de *Toy Story*, *Rei Leão*, *Shrek*, *A Era do Gelo*, *Carros*, *Ratatouille*, *Os Sem-Floresta*... Ou ainda o crescimento de filmes produzidos e destinados especificamente a esses públicos, como filmes de ação ou comédias como as produções baseadas em livros de sucesso como a série Harry Potter ou As Crônicas de Nárnia e ainda os filmes que exploram quadrinhos ou antigas séries de televisão de bastante sucesso, como Batman, O Homem-Aranha, O Homem de Ferro ou A Feiticeira, Speed Racer, O Agente 86... E a expansão do mercado produtor de animações ou de filmes destinados ao público “teen” (adolescente) e de jovens adultos, restrito a Disney até os anos 1970, e que hoje conta com produções da Fox, Dreamworks, Columbia Pictures, Sony Pictures,...

Descobriu-se que o mercado potencial é enorme. Constatou-se que a garotada já sabe muito bem o que significa ir ao cinema, cobra dos pais, assiste as propagandas na TV e sabe quais são os lançamentos mais recentes. A publicidade é, inclusive, destinada a atingir esse mercado potencial e envolve verbas que, em certos casos, equivalem ou até mesmo superam a da própria produção cinematográfica.

*(...) a quantia média necessária para promover um lançamento num grande estúdio norte-americano gira, atualmente, em torno de US\$ 8 milhões e a tendência é que este valor cresça ainda mais. Em muitos casos, o orçamento promocional supera o de produção, como no filme A Profecia, que consumiu US\$ 3 milhões para ser produzido e US\$ 6 milhões para ser lançado. (ARAÚJO; CHAUVEL, 2008)*

Conscientes de que essa nova geração é extremamente bem informada, tem acesso a meios e recursos que não tínhamos (como a Internet), posiciona-se, critica,

opina e participa do cotidiano do mundo em que vive, os produtores de filmes para crianças estão lançando material cinematográfico qualificado para esse público. A educação precisa estar atenta a esse fato e utilizar também esses recursos a seu favor.

### ***Uma breve história***

Desenhos animados representam páginas marcantes da infância de qualquer ser humano que tenha nascido ao longo do século XX e XXI. Inicialmente a partir das produções cinematográficas, que iniciaram as atividades no ramo da produção continuada de animações a partir dos anos 1920; posteriormente com o advento da televisão, que popularizou e disseminou personagens e estruturas narrativas depois de seu advento na década de 1940, o que ficou bastante claro para todos é que desenhos animados e filmes para esse público tinham procura.

*Os anos entre 1928 e 1940 costumam ser identificados pelos historiadores de Cinema de Animação como a era de ouro da animação. Neste período de apenas doze anos, o Cinema de Animação, estabelecido como arte cinematográfica, apresentou crescimento e desenvolvimento técnico e estético sem paralelo na história das artes visuais. (PINNA, 2008)*

A influência dessas produções na *Cultura Pop* é tão grande que as pessoas, invariavelmente, revelam-se a partir de conversas em que falam sobre seus personagens preferidos, as histórias com as quais se identificam, os desenhos que consideram mais estimulantes e os motivos que os fizeram se aproximar de tal ou qual "cartoon".

Desde os clássicos produzidos pela Disney, ainda entre os anos 1930 e 1950, como *Branca de Neve e os sete anões*, *Fantasia* ou *Pinóquio*; passando pela enorme popularização dos desenhos animados feitos pela Hanna-Barbera na década de 1960 (*Os Flintstones*, *Scooby-Doo*, *Jonny Quest*, *Os Jetsons*, *Manda-Chuva*, e tantos outros);

vivendo uma pequena entressafra entre os idos dos anos 1970 e a primeira metade da década de 1980; Retornando com novos produtos da Disney como *O Rei Leão*, *A Pequena Sereia* ou *Mulan*; e chegando ao auge com o surgimento de canais de televisão paga destinados justamente aos amantes das animações (*Cartoon Network*, *Nickelodeon*, *Boomerang*) - a paixão pelos desenhos foi contínua e atinge, não apenas as crianças, mas, também, os adultos.

*Na década de 1940, uma nova mídia passou a competir com os filmes de animação — a televisão. Os desenhos animados, curta-metragens de animação inicialmente exibidos nas salas de cinema, tomaram dois caminhos distintos a partir da segunda metade da década de 1940: o caminho das grandes telas de cinema — agora com narrativas fechadas, em formatos de longas durações - e o caminho da televisão - com séries de qualidade inferior, produzidas especificamente para a mídia que se estabelecia — curtos filmes episódicos voltados para o público infanto-juvenil. (PINNA, 2008)*

### ***Filmes e livros, Cinema e Fábulas...***

Uma das mais tradicionais atividades da família e da escola é contar histórias para as crianças. Inventadas ou lidas dos tradicionais livros de contos e fábulas, essas histórias tem se repetido a exaustão e não perdem jamais seu encanto. Branca de Neve, Pinóquio, Rapunzel, O Gato de Botas, Aladim, Os Três Porquinhos, Peter Pan e outros memoráveis contos infantis mudam de roupagem dependendo de quem conta e do tom com que a apresentação da trama acontece.

Essa prática tão comum de ler ou contar histórias sugere a existência de fadas, de príncipes e princesas, de vilões malvados e inesquecíveis, de ogros e bruxos horripilantes e, evidentemente, de finais felizes.

A *Disney* celebrizou a fórmula dos bons e velhos livros infantis adaptando para as telas muitas das clássicas histórias contadas de pai para filhos, geração após geração.

*Disney apostou no uso do som e das cores nos filmes animados. "Inventou" o Cinema de Animação de filmes de longas metragens com Branca de Neve e os sete anões (1937), pondo o formato em condição de igualdade comercial e artística com os longa-metragens do cinema tradicional. (PINNA, 2008)*

A influência da *Disney* foi tão grande que, atualmente, é muito difícil para as crianças e mesmo para os adultos distinguir Peter Pan, Capitão Gancho, Sininho, Alice, Mógli, Pinóquio e muitos outros personagens da ficção infanto-juvenil daqueles que foram levados aos cinemas do mundo todo por "uncle" Walt. Nos desenhos produzidos pela *Walt Disney Pictures* há uma profusão de personagens bons e maus se alternando nas tramas e, como o figurino recomenda, "happy-endings".

Essa prática ganhou ainda mais força a partir da década de 1980 com o surgimento e estruturação de setores de animação tradicional ou computadorizada em empresas tradicionais do mercado cinematográfico norte-americano - casos da *Fox*, *Warner* e *Columbia* – ou ainda com o aparecimento de novos protagonistas a partir de então, o que percebemos com a ascensão da *Pixar* e da *DreamWorks*.

### ***Produções nacionais?***

Até muito recentemente a produção cinematográfica brasileira devotada ao público infanto-juvenil pouco produzia além dos filmes dos *Trapalhões* ou da televisiva *Xuxa*. Levando-se em conta toda a popularidade desses verdadeiros ícones da televisão e as possibilidades reais de retorno financeiro na produção de filmes que os tivessem como protagonistas, entendem-se muito bem os motivos que fizeram com que os

produtores dedicassem tanto tempo e dinheiro na realização de longas-metragens desses artistas.

Na maioria dos casos, porém o resultado acabava sendo uma adaptação para as telas de idéias e práticas executadas diariamente ou semanalmente nos programas televisivos desses personagens ou personalidades. Pouco ou nada era acrescentado em termos culturais ao imaginário de nossas crianças e adolescentes. O recente crescimento do cinema nacional, entretanto, expandiu as possibilidades da produção até mesmo para os filmes destinados ao público infantil e pré-adolescente.

Sabendo-se que esse público de até 16 anos, responde pelo equivalente a 30% do mercado cinematográfico nacional e, ainda que anualmente algumas produções sejam destinadas a esse segmento – caso de filmes como *O Menino Maluquinho*, *Tainá – Uma Aventura na Amazônia*, *Os Porralokinhas* ou as animações da Turma da Mônica (dos Estúdios de Maurício de Sousa), a produção nacional ainda é bastante insipiente para essa faixa etária. Por conta disso, a prevalência ainda é (e continuará sendo), em larga escala, dos filmes e animações provenientes dos Estados Unidos e de suas grandes empresas do setor.

### ***Resgatando a fantasia e a imaginação***

Vivemos num mundo onde a crueza do cotidiano nos rouba a possibilidade da fantasia e da imaginação. As crianças visualizam e vivem essas situações de violência na televisão todos os dias. Sentem que seus pais estão preocupados e, acabam ficando com medo de tudo o que os cerca.

Muitas vezes, vejo críticas aos filmes produzidos por Spielberg, por exemplo, por retratarem o universo infanto-juvenil de forma pueril, buscando uma pureza perdida em algum canto do universo.

Produções como *E.T*, *Os Goonies* ou *Hook - A Volta do Capitão Gancho*, conseguem reviver esse espírito de criança. Como era saudável o tempo em que sentávamos com nossas crianças e podíamos lhes contar histórias, ler livros. O cinema, em grande parte tem suprido essa demanda de nossos filhos, felizmente, com inteligência e grandes histórias. "O Mágico de Óz", por exemplo, é uma dessas portas de entrada obrigatórias para pais e crianças nesse mundo da fantasia, onde a maldade, o ódio e a descrença na humanidade são deixadas para trás.

#### REFERÊNCIAS:

ARANTES, Silvana. *Em algum lugar do passado*. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp24062003993.htm>. Acesso em 20 mai 2008.

ARAÚJO, Thaissa Helena; CHAUVEL, Marie Agnes. *Estratégias de Promoção no lançamento de filmes norte-americanos no mercado brasileiro: um estudo de caso*. Disponível em [www.fgvsp.br/iberoamerican/Papers/0172\\_Thaissa%20iberoamericano2.pdf](http://www.fgvsp.br/iberoamerican/Papers/0172_Thaissa%20iberoamericano2.pdf). Acesso em 20 mai 2008.

PINNA, Daniel Moreira de Sousa. *As animadas personagens brasileiras*. Disponível em [www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/cgi-bin/PRG\\_0599.EXE/9582\\_1.PDF?NrOcoSis=30239&CdLinPrg=pt](http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/cgi-bin/PRG_0599.EXE/9582_1.PDF?NrOcoSis=30239&CdLinPrg=pt). Acesso em 20 mai 2008.