

“Menino maluquinho, o filme”: gênero e sexualidade na perspectiva do público infantil.

Rosânia Maria Silvano Bittencourt (zanebit@hotmail.com)

(<http://lattes.cnpq.br/1929005838163814>)

Resumo

Este estudo teve como objetivo conceituar o cinema ao mesmo tempo em que traz uma discussão acerca da influência deste meio de comunicação enquanto espaço de socialização, fomento da indústria cultural e formador de conceitos. Apresenta uma reflexão sobre como são pensadas as produções específicas para o universo infantil e de que forma estas produções estão sendo introduzidas nos planejamentos escolares. A fundamentação teórica teve como suporte os estudos e as reflexões de pesquisadores que conceituam o cinema enquanto produção cultural, produto da indústria cultural e espaço de socialização, bem como autores que conceituam a criança como ator social e produtora de cultura. O que se pode concluir é que, a partir das suas realidades, as crianças enxergaram-se nas tramas do filme, deixando aflorar seus conceitos pré-definidos em relação à sexualidade e ao gênero, ficando claro que, uma produção cinematográfica reproduz as normas socialmente estabelecidas e exerce influências profundas meio social, desta forma é urgente um repensar dos currículos escolares.

Palavras chaves: cinema; criança; gênero; sexualidade; indústria cultural;

Introdução

Este artigo é resultado de uma pesquisa de mestrado¹ que teve como finalidade, analisar “Menino Maluquinho, o filme”, a fim de compreender o olhar das crianças sobre as relações de gênero e sexualidade. Busca-se conceituar o cinema enquanto espaço de socialização e fomentador de posturas e normas na sociedade, portanto é imprescindível uma reflexão quanto à importância desse meio de comunicação e a sua influência nos meios sociais.

Outro ponto analisado, e foco dessa reflexão, é a relação entre a indústria cinematográfica voltada ao público infantil e a indústria cultural, pensada numa lógica capitalista. Apresenta-se também, uma reflexão acerca da escola, fator importante para o prolongamento da infância, ou seja, a institucionalização da criança e ainda como espaço importante na desconstrução de normas pré-estabelecidas.

¹ O presente trabalho faz parte do trabalho de pesquisa de Mestrado intitulado “Meninas e Meninos: Uma análise do Menino maluquinho, o filme, sob o olhar do gênero”.

Os trabalhos metodológicos aconteceram numa abordagem qualitativa a partir de um grupo focal, com oito crianças, numa faixa etária entre oito e nove anos. A fundamentação teórica, especificamente deste recorte, teve como suporte os estudos e as reflexões de pesquisadores/as que contribuem na discussão sobre o conceito de infância enquanto categoria social, além de autores/as que conceituam o cinema enquanto produção cultural, produto da indústria cultural e espaço de socialização.

O FILME E O CINEMA: APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS

O cinema² é um veículo de máxima importância e de grande influência nos meios sociais. Refletir sobre ele possibilita perceber o uso diferenciado de uma linguagem própria desse gênero discursivo, que, segundo Fantin, (2009, p.206), “nos dias de hoje é condição fundamental para a compreensão da experiência cultural das crianças”.

Ir ao cinema nos dias de hoje é um privilégio de poucos, alguns pela comodidade que a tecnologia nos facilita de assistirmos ao filme em casa. Para outros, o que dificulta é o preço do bilhete na entrada. Inúmeras são as razões pelas quais se justifica o esvaziamento do cinema. Por isso, conceituar o cinema é no mínimo compreender que “uma coisa é assistir a um filme, outra coisa é ir ao cinema” (SILVA, 2009, p.27). Assistir a um filme na sala de cinema, lugar para o qual foi originalmente concebido, é imensuravelmente superior que assisti-lo na televisão ou em qualquer outro meio tecnológico.

O cinema, por sua magia, atinge diretamente todos os sentidos de quem o aprecia, seja pelo ambiente aconchegante – o escurinho –, seja pela sonorização, pelos casais enamorados, os funcionários e até a fila da pipoca, culminando com um espetáculo que mexe com os sentimentos, que tanto pode comover como causar repulsa.

O filme visto a partir de uma programação televisiva apresenta vários fatores que contrapõem o sentimentalismo cinematográfico. O principal

² Não tenho como proposta descrever o histórico do cinema, o que trago é uma reflexão acerca da influência deste veículo de comunicação no comportamento das pessoas, no que tange às condutas e normas sociais. Importante lembrar que neste trabalho a palavra cinema em determinados momentos poderá representar arte, técnica ou mesmo o espaço.

corresponde às interrupções necessárias para a sobrevivência da emissora, quando o telespectador é surpreendido, muitas vezes nos melhores momentos, com um corte abrupto, para a veiculação da publicidade. Além desses fragmentos, existe ainda a imagem que, vista na televisão, torna-se infinitamente inferior a que é vista na tela do cinema, levando-se em consideração a iluminação, o diâmetro da tela e as conversas paralelas durante a exibição. Fantin (2011, p. 102) argumenta que:

Diante destas tantas diferenças entre cinema e televisão e das diversas possibilidades de participação estética que eles oferecem, a diferença entre assistir a um filme no cinema e na televisão continua sendo um terreno de conflitos, pois considerar o cinema (como arte, dispositivo e linguagem) e os filmes em espaços diferenciados daqueles para os quais foram pensados modifica a forma de apreensão estética.

Na impossibilidade de assistir ao filme na sala de cinema, é importante que se organize o ambiente para que haja uma aproximação com o real cinematográfico, como foi feito no encontro que tivemos com as crianças para assistirmos ao filme *O Menino Maluquinho*. A sala, a meia luz, a projeção num telão e intervalo com direito à pipoca. Uma preocupação com o ambiente de fruição.

Muitos autores que discutem esta temática buscam na história diferentes perspectivas para compreender o cinema, enquanto espaço que produz conhecimento, porém, meu propósito aqui não é o de contextualizá-lo em seus mais de 100 anos de história, nem tampouco entrar no mérito de muitos estudiosos e pesquisadores que discutem se o cinema é ou deixa de ser arte. Meu objetivo maior é apresentá-lo enquanto espaço social, cultural e de socialização, na mesma medida em que se torna fomento da indústria cultural.

De acordo com Catelli (2010), no final do século XIX pipocavam pelo mundo várias invenções tecnológicas. A segunda Revolução Industrial, chamada de Científico-Tecnológica, ocorrida a partir de 1870, promoveu modificações profundas no cotidiano das pessoas do mundo todo. Foi durante este período que surgiram novos equipamentos, como o telégrafo, o telefone, a iluminação elétrica, a fotografia, o cinema²⁹, a radiodifusão e a televisão, entre tantos outros produtos. No Brasil e em outros países, de acordo com esta

autora, o cinema logo se transformou numa invenção de grande sucesso e em diversão popular dos grandes centros urbanos.

Em meio a tantos olhares e conceitos, busco entender o cinema como a grande novidade da arte do século XX enquanto produção cultural. Uma produção em que sua ficção é sempre engendrada pelas “verdades” da câmera.

A magia cinematográfica possibilita, entre tantos conhecimentos, perceber o uso diferenciado de uma linguagem própria desse gênero discursivo, que nos dias de hoje é condição fundamental para a compreensão da experiência cultural.

Segundo Silva (2009, p. 28), “o cinema [...] é uma das linguagens da arte que, assim como outras tantas, requer a figura do observador”. Além disso, entre ele e a imagem fílmica existe um espaço de subjetividades.

O cinema enquanto espaço de socialização cultural exerce uma forte influência na relação entre a imagem e o telespectador. As imagens fílmicas são produzidas para desencadear naquele que assiste uma série de provocações que vão confirmar ou desestabilizar as convicções padronizadas socialmente. Fantin (2011, p. 114) ressalta que “por ser um instrumento que difunde costumes e formas de vida de diversos grupos sociais, o cinema *difunde o patrimônio cultural da humanidade*”.

Para Duarte (2002, p.52), ao assistirmos a um filme buscando a sua compreensão estamos estabelecendo um diálogo com aquilo que já é conhecido, ou seja, “nosso entendimento é permanentemente mediado por normas e valores da nossa cultura e pela experiência que temos com outras formas de narrativas”.

Almeida (2004, p.41), ao conceituar cinema, lembra que o espaço físico é um fator importante, enquanto espaço temporal e de memória, na medida em que (re)significa os diferentes olhares. O cinema, para ele, vai além do filme, pois sua existência se dá antes e após a exibição cinematográfica. Enquanto que o filme aparece como “objeto estético para o olhar do nosso corpo no mundo da cultura que permite que falemos/escrevamos sobre cinema com múltiplos olhares”.

Para Xavier (2005), a relação entre imagens e som resulta numa configuração objetiva ligada diretamente ao campo da subjetividade, portanto é

possível considerar o cinema como “objeto plural” que possui dimensões estéticas, cognitivas, sociais e psicológicas e que envolve produção cultural, prática social e reflexão teórica (FANTIN, 2011, p.74).

Em se tratando de filme, cinema e infância, ficam algumas questões: as obras cinematográficas voltadas para o público infanto-juvenil fazem refletir sobre os meandros da infância ou são apenas objetos de desejos que refletem as mais altas cifras aos olhos de quem as idealizou? Elas são feitas com, para ou sobre as crianças?

5.2 AS PRODUÇÕES CINEMATOGRÁFICAS PARA O PÚBLICO INFANTIL

Para analisar a estreita ligação entre a Indústria Cultural com a Indústria Cinematográfica, busco em Santos (2006, p. 1), que recorreu às teorias críticas clássicas de Adorno e Horkheimer, respectivos representantes da Escola de Frankfurt, “os primeiros a utilizarem o termo Indústria Cultural”. De acordo com este autor, o cinema, o rádio, a televisão e as artes gráficas são produtos da Indústria Cultural e têm os seus controles diretamente ligados aos produtores capitalistas, em sua grande maioria, pertencentes à classe dominante.

Dentro dessa lógica capitalista, o filme é considerado na atualidade apenas um dos produtos agregados a outros, formando um pacote multimídia de consumo cultural, de modo que os custos dessa produção, incluindo principalmente a bilheteria, são totalmente orquestrados por uma ampla estratégia publicitária e de marketing.

As indústrias cinematográficas voltadas para o público infantil aposta altas cifras com a certeza do retorno, sustentada pela Indústria Cultural. Isso significa que analisar e refletir sobre as relações entre Indústria Cultural e a infância, perpassa as esferas do capitalismo e seus aspectos políticos, econômicos, sociais e culturais.

Uma pesquisa feita pelos pesquisadores Sandra Cerri e Amarildo Luiz Trevisan³ aprofunda a discussão ao se referirem à Indústria Cultural como produtora de uma cultura materializada em objetos de consumo, imprescindíveis nos ambientes familiares. No entender desses pesquisadores,

³ Pesquisadores do PPGE/CE/UFMS. Pesquisa intitulada “A Indústria cultural, a infância e a educação”. Disponível em <www.ufsm.br/gpforma/2senafe>. Acesso em 24/março/2011.

a indústria cultural é uma cultura que coisifica e transforma as pessoas, bem como as relações estabelecidas socialmente, em bens consumíveis.

Para compreender o cinema enquanto Indústria Cultural busco em Fantin (2011, p.78) o entendimento de que, além do prazer, da linguagem, do texto e todas as sensações que ele provoca, “o cinema deve ser entendido, também, como um produto industrial de um sistema capitalista que visa o lucro não só com o produto direto de seus filmes, mas também com todos os subprodutos decorrentes”.

Na busca de compreender o cinema na lógica da Indústria Cultural, é importante, acima de tudo, entender e conceituar o termo *blockbuster*⁴. Em tradução livre para o português é “arrasa-quarteirão”. A palavra foi usada para designar o longa-metragem, campeão de bilheterias de todos os tempos.

Veiculado em 1975, o filme “Tubarão”, dirigido por *Steven Spielberg*, teve uma arrecadação de US\$ 460 milhões e ainda hoje segue entre as 100 maiores bilheterias de todos os tempos. O filme foi indicado a quatro *Oscars*, incluindo melhor filme, e levou as estatuetas de edição, som e canção original.

Daí para frente, todas as grandes produções ou películas de notáveis divulgações que vão para salas de cinema, com intuito de divertir os espectadores que apreciam a sétima arte, engordam bilheterias e ainda aumentam o faturamento com os produtos carimbados com a marca do respectivo filme, que viram febre nacional como camisetas, cadernos, bonés, enfim, acessórios para todas as idades.

Menino Maluquinho, o filme, bateu recordes em bilheteria, porém não se enquadra como um *blockbuster*, poisos produtos por ele desencadeados tomaram uma linha meramente pedagógica, como revistas em quadrinhos, jogos interativos *online* e alguns materiais escolares. O grande primeiro sucesso entre o público infanto-juvenil inspirou mais duas produções: “Menino Maluquinho 2 – A aventura” e “O que você está fazendo no meu sonho?”. Esse sucesso foi manchete em muitos jornais de circulação nacional:

[...] A estréia do personagem de Ziraldo nas telas, “O Menino Maluquinho, o Filme”,foi consagrada com seis prêmios nacionais e internacionais.

⁴ ORAGOO. Net – Respostas de todas as perguntas. Disponível em <<http://www.oragoo.net>>. Acessado em 06 de ago de 2011.

Esse fato acabou contribuindo para que a seqüência, Maluquinho 2, "A Aventura", ficasse mais solta e, com o mesmo elenco infantil e desfilasse um ritmo mais acelerado de aventuras. Na esteira do sucesso do livro e das histórias em quadrinhos, que chegaram a ter 70 números (A NOTÍCIA,10/07/1998).

Menino Maluquinho, o filme, contou com o patrocínio do Banco do Brasil, do governo de Minas Gerais e dos Correios do Brasil. Foi a terceira maior bilheteria entre as produções nacionais de 1995, alcançando um público de 600 mil pessoas em todo o país. Cabe lembrar que o ano de 1995 foi marcado pela "retomada" do cinema brasileiro, e, de acordo com os estudos da pesquisadora Borges (2007, p. 8), o termo "retomada" significa o recomeço da indústria cinematográfica brasileira.

Para o cinema nacional, a crise econômica brasileira do início dos anos 90 significou a extinção da Empresa Brasileira de Filmes S.A (Embrafilme) e do Conselho Nacional de Cinema (Concine). Durante cerca de 20 anos, a Embrafilme e o Concine formaram a base da indústria cinematográfica no país. Os anos 80, historicamente, foram os melhores para a indústria nacional de cinema: entre 1981 e 1986, os cinemas brasileiros contavam com, pelo menos, 75 estréias nacionais por ano. Em 1991, numa tentativa de compensar a extinção desses dois órgãos, o presidente Fernando Collor de Mello criou a Lei nº 8.313, conhecida como Lei Rouanet, uma ferramenta para que empresas ou pessoas físicas financiassem projetos culturais de um modo geral. Nesse momento, no entanto, as dificuldades econômicas por que passava o país impediram que a indústria cinematográfica fosse beneficiada pela lei. Como consequência, em 1992, apenas três produções nacionais chegaram ao circuito.

Em 1993 foi aprovada a Lei nº 8.685, conhecida como Lei do Audiovisual, que passou a ser utilizada muitas vezes em conjunto com a Lei Rouanet, permitindo às empresas que investissem na produção de longas-metragens com um abatimento no Imposto de Renda (com limite de 3% do total do imposto e teto de R\$ 3 milhões por projeto). Essa lei permitia ainda que as distribuidoras estrangeiras em atividade no Brasil pudessem investir parte do imposto sobre a remessa de lucros na produção de filmes nacionais. Em 1994, com a chegada da nova moeda, o Real, a inflação começa a ter o seu controle e a indústria cinematográfica nacional passa a se desenvolver rapidamente. Tendo a Lei do Audiovisual como principal apoio, mas utilizando também as leis federais, estaduais e municipais de incentivo, o cinema brasileiro começou a recuperar sua trajetória em 1995, ano em que produções nacionais foram exibidas nos cinemas (BORGES, 2007).

Esse momento histórico de recuperação da indústria cinematográfica brasileira que foi denominado por toda a imprensa nacional, pelos artistas e

profissionais do setor, até mesmo pelo governo, de “*período da retomada*”, na realidade, conclui Borges, (2007, p. 1), “significa a reconquista do mercado interno e do reconhecimento internacional do cinema brasileiro [...]”.

Com o crescimento da indústria cinematográfica, os interesses se voltaram para o público infantil, de modo que os desenhos animados, no formato de filmes infantis, têm sido produzidos em número cada vez maior. Esses artefatos, ao mesmo tempo em que divertem, exercem uma determinada pedagogia cultural, na medida em que estabelecem as identidades de gênero e sexuais sendo construídas de forma “convencional” numa construção hierárquica do feminino e do masculino, na maioria das vezes, como definitivas e imutáveis. Contribuem também com a construção de uma heterossexualidade normativa que produz os sujeitos da educação.

Esses filmes, cada vez mais, vêm conquistando as crianças que são seduzidas por uma realidade fantasticamente fantasiosa, no qual o bem sempre vence o mal. Bandidos são presos ou exterminados e a princesa sempre é salva e termina a história ao lado de seu príncipe, constituindo o desfecho final “viveram felizes para sempre”. Segundo Louro (2008, p.82), “o cinema foi eficiente ao se valer de outras formas de arte, tanto que acabou por se tornar uma das mais consumidas” e, portanto, é primordial que se investigue o impacto que a mídia cinematográfica exerce sobre as sociedades, pois, segundo a autora, o filme exercita a pedagogia cultural com poder de sedução e autoridade.

Ao voltar para o mundo real, conforme os estudos de Gisele e Josiele Kaminski Corso, que realizaram uma pesquisa intitulada “A construção do sujeito por meio d’Os *incríveis* artefatos da produção cinematográfica”. De acordo com esta pesquisa, a criança não se desliga e transfere essas experiências para o seu cotidiano, mas não demora muito para perceber a contradição e se decepciona ao perceber uma sociedade tão utópica, na qual sua vida é muito distinta daquela proposta pelos vídeos. As tramas muito bem elaboradas confundem a vida real com a ficção, envolvendo o espectador e o personagem numa relação de cumplicidade, desta forma, o cinema provoca emoções nos espectadores por meio de uma falsa impressão da realidade.

Esta relação pode se configurar como identificação ou oposição, pois é possível sentir, no decorrer da trama cinematográfica, os sentimentos mais

antagônicos como alegrias e sofrimentos, angústias e felicidades, certezas e dúvidas. O filme funciona como uma espécie de espelho, o qual projeta uma possível autoimagem que se reflete na imagem do sujeito. Assim, o filme passa a potencializar a formação de valores e a vincular o discurso sobre a realidade, que, apesar de parecer neutro/ingênuo ou inofensivo, favorece alguns “pré-conceitos” estabelecidos pela própria mídia e que a sociedade acolhe. Fantin (2011, p. 56) nos adverte que os sujeitos, em especial “a criança, não se limita a receber passivamente os conteúdos das mídias, pois reativa-os apropriando-se deles em suas culturas infantis”.

Os Estudos Culturais, de acordo com Costa, Silveira e Sommer (2003), ao referirem-se ao currículo cultural, traz à tona as subjetividades e as representações de si próprio/a, de mundo e de sociedade, produzidas pela mídia que trazem no bojo um conjunto de saberes, valores, formas de ver e de conhecer o que está sendo ensinado. Quanto à pedagogia de mídia, as/os autoras/as referem-se à prática cultural problematizada com o intuito de ressaltar a dimensão formativa de comunicação e informação na vida contemporânea com reflexos na política cultural, ultrapassando a produção das barreiras de classe, gênero sexual e modo de vida.

Em relação à importância do cinema na vida cotidiana, conforme Francois Truffaut (1975), em sua obra “O prazer dos olhos, escritos sobre cinema”, a criança é sub-representada no cinema, pois, segundo ele, existe uma quantidade significativa de filmes *com* crianças, porém, poucos são *sobre* crianças. A criança encanta pela poesia que lhe é representada e não pelo talento a ela atribuído, pois “como os filmes são comercialmente elaborados em cima da exibição de estrelas, a criança só é utilizada neles como extra, à margem da ação e não raro de forma decorativa” (TRUFFAUT, 1975, p.35).

Para entender como o cinema atua no imaginário infantil, busco nos estudos de Fantin (2009) o entendimento entre imaginação e imaginário, compreendendo a imaginação como uma instância de produção semiótica e apropriação cultural e o imaginário como sendo um acervo do imaginado numa dimensão coletiva. Este entendimento permite reconhecer a forte expressão do cinema, fator que o diferencia de outras instâncias midiáticas.

As crianças são diretamente influenciadas pela produção e pelo consumo de conceitos sobre o que o conjunto social acredita ser importante,

mas por meio dos diálogos com os filmes a criança constrói a sua significação. A recepção desse meio audiovisual depende dos elementos escolhidos por ela para que dê sentido ao conteúdo simbólico. Algumas desencadeiam a assimilação partindo da sua vida pessoal, vivência familiar; outras permeiam pelo campo de sua origem social e história, e outras ainda procuram o significado no grupo ao qual pertencem.

Assim, o que é produzido para elas nunca é ingenuamente lançado ao mercado, pois vêm carregados de interesses culturais, políticos e econômicos. Sabe-se que a mídia é altamente persuasiva no que diz respeito às crianças. Ela tem o poder de modificar hábitos e transformar mentes, porém a criança nem sempre é passiva com o seu entorno, ela é sujeito da sua história, ela tem opinião! A partir do que sabe, do que conhece, reconstrói conceitos e constrói cultura.

A televisão procura fazer com que a criança se comporte como um consumidor compulsivo, não sendo capaz de resistir ao fascínio do produto anunciado com o jogo de imagens e os comportamentos adotados pelos modelos ao persuadir o consumidor infantil, de tal modo que “o brinquedo se tornou uma indústria da imagem, especialmente sob a pressão da televisão, que é hoje o único meio de se dirigir diretamente à criança” (BROUGÈRE, 2004, p. 19).

Os produtos culturais comercializados para o público infantil formam uma cadeia inesgotável de produção e massificação de mercadorias. As crianças têm programação nobre com os programas de desenhos animados. Estes chegam ao mercado em forma de material escolar ou mesmo a réplica dos/as bonecos/as ou objetos publicitários.

Para Fantin (2009), as representações que as crianças têm sobre o cinema são construções que elas fazem a partir de suas relações com a cultura e de suas identificações com o objeto plural, em suas dimensões estéticas, cognitivas, sociais e psicológicas, que é o cinema. As crianças, sujeitos de sua pesquisa, ao serem indagadas sobre o que pensam da TV e do cinema enfatizaram a ruptura que a TV tem com a publicidade, enquanto que o cinema por ser de forma direta, sem interrupções, e o ambiente escuro propicia um abalo nas emoções.

Os produtos divulgados nas tramas do “Menino Maluquinho, o filme” não são palpáveis, mas implícitos e inculcáveis nas atitudes e condutas de quem assiste. Um consumo que não é materializado, mas perceptível, que forma consciências e naturaliza padrões e conceitos sociais.

O CINEMA COMO RECURSO METODOLÓGICO NA ESCOLA

A escola enquanto espaço pedagógico pode contribuir para a construção da personalidade de nossas crianças. Cabe aos seus organizadores, possibilitar aos telespectadores, um trabalho diferenciado do que mormente se constitui no seu papel de reprodutora dos conceitos socialmente estabelecidos.

É possível entrecruzar as questões do cinema com a educação, possibilitando “o encontro de diferentes olhares de produção e de apropriação sobre questões que cercam o próprio exercício do olhar, do pensar e do fazer”. É o que acredita Silva (2009, p. 57), que ainda complementa que a escola deve garantir uma educação de qualidade, possibilitando o acesso ao capital artístico cultural a todos/as, por direito.

É função principal da escola romper com os estigmas sociais e culturais. O educador precisa se imbuir de um referencial teórico que articule significativamente as linguagens da criança, incluindo prioritariamente o lúdico, a arte e as narrativas, sem ignorar as produções culturais em seus projetos de ensino. Fantin (2003, p.2) acredita que educar neste contexto extrapola o ato de ensinar que tradicionalmente se concebe, mas para isso é preciso que se traga à tona “as perspectivas de construção da experiência no sentido benjaminiano, na conquista da capacidade de ler e narrar o mundo”, de modo que as diferentes formas de produção da cultura sejam criativas.

O cinema na escola deve ultrapassar os limites da transmissão de conteúdos, para tanto é importante que a comunidade escolar desenvolva o gosto de assistir a filmes. Isso pode e deve ser oferecido pela escola, para muitos talvez o único espaço privilegiado capaz de ofertar bons filmes. A escola pode também aliar o entretenimento com o objetivo que deseja alcançar na busca de determinados conteúdos. Para isso, Duarte (2002) salienta que os/as professores/as devam ter um mínimo de conhecimento de cinema para orientar suas escolhas.

As produções fílmicas são artefatos culturais com uma enorme penetração no mundo contemporâneo e estão muito presentes no cotidiano das crianças e no universo escolar, constituem-se como importantes recursos pedagógicos de produção e transmissão de conhecimentos e saberes.

É preciso que se perceba a mídia como propagadora de ideias e, por assim ser, capaz de divulgar diferentes modelos de educação e outros modos de ser criança que resistem, mas que também existem. Duarte (2002, p. 83) nos garante que “temos muito a ganhar se assumirmos a prática de ver filmes como parceira na transmissão de conhecimentos do que como rival das atividades que definimos como verdadeiramente educativas”.

Um filme a que se assiste em casa ou no cinema não pode de maneira alguma ser visto da mesma forma no ambiente escolar. Esse recurso deve ser propositivo, encorajador e transformador de consciências. Essa ideia é sustentada por Fischer (2008, p. 37) ao afirmar que

[...] é tratar a mídia e a escola com um vitalismo de fundo estético, que compete às nossas formas de subjetivação. É analisar como aquilo que nos afeta é capturado pelas câmeras desejosas da televisão; é descrever os meandros, os labirintos, os nós dessa captura, de tal modo que com isso nosso incômodo e nosso desconforto se façam visíveis [...].

Para que se assista a um filme na escola é importante considerar os devidos cuidados na sua apropriação e transposição didática. A escola é um espaço mediador e, portanto, da mesma maneira que se ensina também se aprende sobre as questões implicitamente veiculadas nas mídias. Este procedimento garante à escola a confiança da boa informação em todos os aspectos, principalmente “sobre mitos e modelos, sobre inculcações de valores subliminares e tantas outras informações críticas que podem qualificar e apurar seu olhar e quem sabe até potencializar a fruição de crianças e educadores” (FANTIN, 2003, p.9). Esta autora acredita que o cinema possibilita o exercício da capacidade humana ao vivenciar uma relação entre a fantasia e o mundo real, que pode ser compartilhada com outras crianças, simultaneamente.

Aos educadores e educadoras cabe a preocupação quanto aos projetos de ensino, um trabalho com uma dimensão pedagógica que incite a crítica nas produções culturais, que possibilite aos educandos/as momentos de leituras de

imagens e de discursos cinematográficos, para que sejam críticos consigo mesmos ao analisá-los. Sobre isso Napolitano (2003) complementa:

É preciso que a atividade escolar com o cinema vá além da experiência cotidiana, porém sem negá-la. A diferença é que a escola, tendo o professor como mediador, deve propor leituras mais ambiciosas além do puro lazer, fazendo a ponte entre emoção e razão de forma mais direcionada, incentivando o aluno a se tornar um espectador mais exigente e crítico, propondo relações de conteúdo/linguagem do filme com o conteúdo escolar. Este é o desafio (NAPOLITANO, 2003, p. 15).

No decorrer dessa pesquisa, nos encontros com as crianças, as conversas que surgiam sobre as diferentes cenas do “Menino Maluquinho, o filme” foram tematizadas e permeadas em três dinâmicas diferentes com o propósito de instiga-las sobre as questões de gênero e sexualidade. Nessas conversas era perceptível não só nas falas, mas nas posturas daquele grupo – que falava também com o corpo – suas vivências, suas experiências e seus entendimentos sobre gênero e sexualidade.

Considerações finais

Assistir ao “Menino Maluquinho, o filme” com esse grupo de crianças permitiu-me observar suas posturas e reações. O filme nos aproximou, na medida em que pinçava importantes pistas que possibilitou compreender como as crianças iam construindo e significando cada cena da ficção com a realidade ao mesmo tempo em que construíam conceitos de gênero e sexualidade.

Trazer para a sala de aula esse meio de comunicação possibilita aos educandos/as o questionamento dos códigos culturais. É uma importante ferramenta que permite posicionar-se ideologicamente, exigindo do educador/a uma atenção constante no diálogo com outras culturas e ao contexto sociopolítico, econômico. Enfim, é um desafio que exige estar sempre atualizado/a (SANTOS E SILVA, 2009).

A escola precisa reinventar a poesia que é própria das crianças, no ato de educar e, do mesmo modo, buscar uma prática estética, sensível e criadora, compreendendo a criança enquanto sujeito que cria e recria a cultura. Em um filme, quando trabalhado na escola, não se pode deixar de problematizar as

mais diferentes questões que, por ventura, venham a ser suscitadas, social e politicamente, inclusive as questões referentes ao gênero e sexualidade, possibilitando um debate e possíveis mudanças no ambiente escolar e por consequência na sociedade em geral na busca pela equidade de gênero.

Os depoimentos, desse grupo de crianças, demonstraram a relação de poder exercido pelos adultos em relação às crianças, seja com os pais ou responsáveis que ditam o que e como fazer, julgando ser a forma mais correta, bem como a autoridade dos/as professores/as e equipe diretiva ao impor regras com o único propósito de protegê-las e estabelecer a ordem. Porém, longe de ser tratada apenas como um período etário, a infância sendo considerada uma categoria autônoma recebe um olhar diferenciado por parte dos adultos. Estes passam a entender que elas criam e recriam uma cultura que lhe é peculiares, construída em uma convivência relacional com os adultos.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Milton José de. **Imagens e sons: a nova cultura oral**. 3 ed. São Paulo: Cortez, 2004.

BORGES, Danielle dos Santos. **A retomada do cinema brasileiro: Uma análise da indústria cinematográfica nacional de 1995 a 2005**. Tese de doutorado. Universidade Autônoma de Barcelona. Barcelona, 2007.

BROUGÈRE, Gilles. **Brinquedo e cultura**. 5 ed. São Paulo: Cortez, 2004 110 p.

CATELLI, Rosana Elisa. **Coleção de imagens: o cinema documentário na perspectiva da Escola Nova, entre os anos de 1920 e 1930**. Educação & Sociedade, v. 31, p. 605 - 624, 2010.

COSTA, Marisa Vorraber. SILVEIRA, Rosa Hessel. SOMMER, Luiz Henrique. **Estudos culturais, educação e pedagogia**. n.23, mai/jun/jul/ago. 2003.

DUARTE, Rosália. **Cinema & Educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

FANTIN, Monica. **Produção cultural para crianças e o cinema na escola**.

Anais da 26ª Reunião Anual da ANPED, Poços de Caldas, Milano, 2003.

_____. **Cinema e Imaginário infantil: a mediação entre o visível e o invisível**. Educação e Realidade. 34(2), PP 205-223, mai/ago, 2009.

_____. **Crianças, cinema e educação, além do arco-íris**. São Paulo: Annablume, 2011.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Imagens da mídia, educação e experiência. In: FANTIN, Mônica. GIRARDELLO, Gilka (Orgs). **Liga, roda, clica: Estudos em mídia, cultura e infância.** Campinas, SP: Papyrus, 2008.

NAPOLITANO, Marcos. **Como usar o cinema na sala de aula.** São Paulo: Contexto, 2003.

SANTOS, Jean Isídio dos. **O Cinema e a Indústria Cultural.** Revista Crítica do Cinema. Ano 01, n. 01, dez. 2006.

SILVA. Cristiani Bereta. SILVA. Cintia Tuler. Formação docente em Gênero e Diversidade na Escola. In: MINELLA. Luzinete Simões. CABRAL. Carla Giovana (Orgs). **Práticas Pedagógicas e Emancipação: Gênero e Diversidade na Escola.** Florianópolis: Ed. Mulheres, 2009.

TRUFFAUT, François. **O prazer dos olhos, escritos sobre cinema.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1975.

XAVIER, Ismail. **O discurso cinematográfico.** 3.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

SOBRE A AUTORA:

Mestra em Educação pela Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa História e Memória de Criciúma/UNESC. Especialista em Educação Infantil e séries Iniciais e graduada em Pedagogia pela Universidade do Extremo Sul Catarinense (2001). Atualmente é professora efetiva dos anos Iniciais na Secretaria de Educação da Prefeitura Municipal de Criciúma (SC)