

Dublado ou legendado? Estudo sobre a autonomia do espectador em relação à mídia

Carlos Eduardo Albuquerque Miranda (PQ), Lucas A. R. da Silva (IC).

Resumo:

Esse trabalho é uma pesquisa intervenção realizada junto a um grupo da educação de jovens e adultos com o objetivo de compreender a percepção destes estudantes em relação aos discursos da mídia digital em relação aos filmes dublados e legendados. O trabalho tem como objetivo também apresentar os resultados das discussões com o grupo focal sobre as educações que o discurso midiático agenciam sobre a melhor forma de assistir filmes

Palavras Chaves: Educação; Cinema; Cultura Visual.

Introdução

Os discursos da imprensa digital, seja em defesa dos filmes dublados ou legendados, procuram criar critérios de conduta de como os filmes devem ser assistidos, agenciando, portanto, o prazer de ir ao cinema. Os argumentos da polêmica, a favor ou contra os filmes dublados, abordam temas como: classe social, originalidade da obra, hábitos e incentivo à leitura, valorização da língua nacional, habilidades cognitivas, entre outros. Os argumentos recorrem constantemente a temas da educação escolar como forma de justificar suas posições. Consideramos que o “bom espectador” não existe e é nem desejável, por isso, nossa pesquisa intervenção junto ao grupo focal procurou valorizar a autonomia do espectador em relação ao que se diz sobre ele.

Resultados e Discussão

A coleta de dados, por meio de entrevistas (duas) e caderno de campo, demonstrou como os estudantes se relacionam com os filmes e com as demais formas de narrativas audiovisuais. A cultura visual varia bastante, desde gênero fílmico às formas de assistir.

Como forma de intervenção, oferecemos aos estudantes oficinas de planos e montagem, 'decupagem clássica' e, discutimos os argumentos dos artigos sobre filmes dublados e legendados. Após as oficinas realizamos a segunda entrevista semi-estruturada. Com estes procedimentos procuramos observar como os estudantes identificaram os elementos de agenciamento das formas de assistir filmes e como os relacionam com suas preferências.

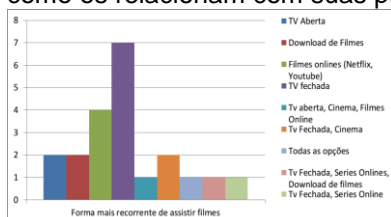


Figura 1. Gráfico sobre como assistem filmes.

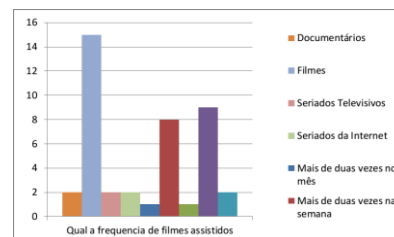


Figura 2. Tipos de audiovisual mais assistidos.

Conclusões

O trabalho de pesquisa intervenção demonstrou que as formas de agenciamento do prazer de assistir filmes contaminam os estudantes do grupo focal e que depois das oficinas algumas formas de agenciamento ainda persistiram, principalmente no que tange a questão da valorização da leitura. No entanto, de modo geral, o grupo focal demonstra a percepção de que a escolha e a preferência pela forma de assistir filmes são de foro íntimo, pouco importando se é a forma correta ou a melhor. A questão de ser de foro íntimo não quer dizer que eles tomam decisões autônomas em relação aos preceitos argumentados nos artigos que foram investigados. As oficinas serviram para afirmar as preferências do grupo, independente do que os artigos argumentavam. Porém, quando o argumento tem o peso e o valor da cultura escolar (valorização da leitura) os estudantes não ousam questionar, embora não signifique que eles se proponham a mudar seus hábitos.

Agradecimentos

Ao CNPq e ao SAE pela bolsa e os proventos, que sem os quais esse trabalho não poderia ser realizado.

Ao meu orientador Carlos Eduardo A. Miranda, pelo suporte, pelas correções e incentivos.

Referências:

- ¹FOUCAULT, M. *Historia da Sexualidade 2: O uso dos prazeres*. 13ª Edição Rio de Janeiro: Editora Graal, 2009b.
- ²FOUCAULT, M. *A Ordem do discurso*. 22ª Edição. São Paulo: Edições Loyola, 2012.
- ³XAVIER, Ismail. A decupagem clássica. In: *O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência*. 4ª edição, São Paulo: Paz e Terra, 2008, pp. 27-39.