

O Que Dizem as Crianças e Jovens Portugueses e Brasileiros Sobre as Suas Práticas de Recepção Audiovisual

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.189.6>

Milene dos Santos Figueiredo

Núcleo de Educação da Infância, Colégio de Aplicação, Universidade do Rio Grande do Norte, Natal, Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-4726-3364>
mmilenefigueiredo@gmail.com

Resumo

O trabalho apresenta um recorte de uma pesquisa desenvolvida no âmbito do doutoramento em Ciências da Comunicação, intitulada *Cineclubes e a Educação Para o Cinema de Crianças e Jovens: Itinerários Portugueses e Brasileiros* (Figueiredo, 2024) e que buscou, em linhas gerais, compreender as práticas de educação para o cinema adotadas por cineclubes portugueses e brasileiros com o público infantojuvenil. Durante a investigação, de caráter qualitativo (Coutinho, 2014), pautada por um estudo coletivo de casos (Dooley, 2002; Stake, 1995/1999), realizamos entrevistas semiestruturadas com 16 crianças e jovens portugueses e brasileiros, na faixa etária entre os sete e os 16 anos, participantes das atividades desenvolvidas pelos cineclubes investigados, com o objetivo de conhecer suas práticas de recepção audiovisual. Embasou-se em uma discussão teórica que problematizou as transformações no conceito de “culturas infantis” ao longo dos paradigmas da modernidade e pós-modernidade (Dornelles, 2005; M. Pereira, 2017; Sarmiento, 2004), bem como as novas formas de participação e exercício de cidadania na cultura digital (Andrade-Vargas et al., 2021; Jenkins, 2006/2009; Livingstone et al., 2005, 2019; S. Pereira, 2021). O resultado dessa análise evidenciou que os entrevistados acessam, majoritariamente, a conteúdos produzidos pelas indústrias cinematográficas norte-americanas. Além disso, foi notada uma mudança significativa nas práticas de recepção dos jovens portugueses, através da redução das experiências em salas de cinema. Destacamos ainda a presença de diferentes sentidos dados pelos entrevistados aos conteúdos consumidos. Por fim, identificamos a dificuldade de uma parcela dos entrevistados em frequentar as salas de cinema comerciais da sua cidade. Os dados comprovam

a importância do trabalho das diferentes instituições promotoras de literacia cinematográfica (cineclubes, escolas, festivais e projetos), atuando no conhecimento e na valorização desses repertórios imagéticos, assim como na problematização, leitura crítica e ampliação das novas formas de comunicação de crianças e jovens na contemporaneidade.

Palavras-chave

públicos infantojuvenis, literacia cinematográfica, recepção audiovisual

Introdução

A análise das práticas de recepção audiovisual de crianças e jovens portugueses e brasileiros, explicitadas nesse artigo, são fruto de uma pesquisa intitulada *Cineclubes e a Educação Para o Cinema de Crianças e Jovens: Itinerários Portugueses e Brasileiros* (Figueiredo, 2024), realizada no âmbito do doutoramento em Ciências da Comunicação da Universidade do Minho (Portugal), em regime de cotutela com o Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil).

Tal pesquisa teve como principal motivação um projeto desenvolvido pela investigadora junto à coordenação de um cineclube escolar no Núcleo de Educação da Infância/Colégio de Aplicação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Esta experiência, que permite a crianças e demais participantes (professores, técnicos da escola e acadêmicos de diferentes cursos da universidade) novas possibilidades de interação com o cinema, tem nos permitido, desde 2017, refletir sobre a importância dos cineclubes, escolares e não escolares, na formação de crianças e jovens para o cinema e as mídias audiovisuais.

A contemporaneidade, marcada pela predominância da cultura digital, permeia nossas relações com o mundo, alterando nossas formas de comunicação e participação nos diferentes espaços e tempos. Essas mudanças, percebidas e sentidas nos âmbitos pessoal e coletivo, implicam na urgência de reflexões e atualizações sobre as necessidades formativas para esses novos tempos. Diante das culturas infantojuvenis contemporâneas, observamos as suas novas formas de participação nos diferentes ambientes, entendendo a necessidade de compreendermos as “malhas de socialização” (S. Pereira, 2021), que se relacionam e atuam na constituição das suas culturas.

Crianças, Jovens e a Participação na Cultura Digital

Pensar a constituição das culturas infantojuvenis na contemporaneidade é necessário para o entendimento e a revisão de alguns conceitos construídos sobre infância e juventude ao longo dos séculos. Através de uma breve revisão de literatura, percebemos que a ideia de criança como um ser histórico, cultural e ativo na sociedade

não é natural, sendo possível identificar como os paradigmas da modernidade e pós-modernidade atuam na transformação desses conceitos.

Para Dornelles (2005), a modernidade foi responsável pela criação de conhecimentos nas áreas de medicina, pedagogia, biologia e psicologia sobre como cuidar e gerir um novo conceito de “infância nascente”, onde ela será “dita, descrita, analisada em minuciosos detalhes” (p. 55), determinando novas formas de regulação das infâncias através de dispositivos de disciplinamento, regulação e vigilância. Segundo Sarmiento (2004), esses mecanismos de institucionalização da infância, ou seja, a criação e reorganização de instituições e espaços para a sua distinção do mundo adulto, através de um “certo número de normas, atitudes procedimentais e prescrições nem sempre passadas expressamente à escrita ou formalizadas, mas que condicionam e constroem a vida das crianças na sociedade” (p. 13), foram as ferramentas criadas para a separação e normatização dos saberes específicos sobre as crianças.

Se a distinção operada entre crianças e adultos foi benéfica, porque, por um lado, retirou-as das obrigatoriedades específicas dos adultos, por outro lado, gerou efeitos de homogeneização, tais como a proliferação das “desigualdades inerentes à condição social, ao gênero, à etnia, ao local de nascimento e residência e ao subgrupo étnico a que cada criança pertence” (Sarmiento, 2004, p. 14). Embora esses mecanismos tenham sido benéficos e importantes para a evolução e avanço no tratamento das crianças, eles acabaram também sendo determinantes para a exclusão e marginalização daquelas que, por diferentes motivos, não conseguem acompanhar de forma igualitária os enquadramentos normativos. A ideia de que não podemos falar de apenas um modelo de infância, tornando-a um conceito mais plural e flexível, começa a ser percebida pelos diferentes âmbitos das ciências humanas e instituições até então responsáveis pela sua institucionalização.

Ao mudarmos o “plano”, passando da modernidade e suas medidas de racionalização e governabilidade, chegamos à pós-modernidade, nomeada por Sarmiento (2004) como “segunda modernidade”. Encontramos uma nova série de mudanças e rupturas que afetam diretamente as narrativas construídas ao longo da modernidade para determinar um conceito de “infância”, desestabilizando e gerando novas “crises”. Uma delas é a ideia de “reinstitutionalização da infância” (Sarmiento, 2004, p. 15), ou seja, a mudança no lugar social das crianças.

Milena Pereira (2017), por exemplo, identifica a ideia de consumo como a principal mudança na passagem de uma sociedade industrial para a tecnológica. Em um cenário capitalista de produção, a criança começa a ser vista como consumidora, tornando-se uma voz mais ativa nas famílias, participando e interagindo nas decisões tomadas. Com o apoio da publicidade, esse novo olhar para as crianças – no presente e no futuro – acaba gerando “uma nova subjetividade infantil e novas formas das crianças se relacionarem com os meios de comunicação, a publicidade, o dinheiro, o mercado e as práticas de consumo em geral” (M. Pereira, 2017, p. 35).

O “plano” da pós-modernidade desestabiliza as instituições que historicamente surgiram para o cuidado das crianças (escolas, família, Estado), gerando conflitos com as

atuais necessidades das culturas infantojuvenis, que cada vez mais descolam-se das referências produzidas pela modernidade (Martín-Barbero, 1998).

Um dos efeitos da pós-modernidade também pode ser observado através das novas relações produzidas em torno dos conceitos de “participação” e “interatividade”. É possível perceber, através da mudança na estrutura da natureza comunicativa entre crianças, jovens e as diferentes mídias, que elas passam a produzir seus próprios programas, conteúdos, aplicativos e redes sociais. Seria a pós-modernidade um avanço em termos do olhar da sociedade para as culturas infantojuvenis? As novas formas de comunicação, proporcionadas pela cultura digital, estariam contribuindo para a ampliação dos níveis de participação de crianças e jovens na sociedade?

Fischer (2008) fala que, ao buscarmos respostas a algumas inquietações dos tempos atuais, devemos aceitar “dialogar com os perigos contemporâneos” (p. 28). O que a autora sugere é que, na busca das novas experiências e saberes produzidos entre crianças, jovens e mídias, é necessário extrapolar perspectivas que analisam apenas as interações entre crianças, jovens e mídias. É necessário considerar as mudanças nos ambientes familiares, nas instituições educativas, nos tempos e espaços livres das crianças (Buckingham, 2000/2006) e nos processos de reinstitucionalização das infâncias (Sarmiento, 2004). Para Sara Pereira (2021), todos esses fatores formam as “malhas de socialização” dessas culturas, sendo que,

para se compreender as malhas da socialização das jovens gerações e reconhecer como são tecidas, é necessário conhecer os modos como as crianças e os jovens usam e se relacionam com os *media*, como se apropriam deles e como lhes dão sentido no seio das suas práticas quotidianas. A relação das crianças com os vários meios é feita de combinações, de complementaridade, de experiências, de oportunidades e de riscos, de escolhas, de trocas e de partilhas com outros, em particular com os grupos de pares. (p. 15)

Buscando compreender alguns dos fatores que formam essas malhas de socialização, Sara Pereira (2021) buscou conhecer os modos como crianças e jovens de Portugal, Espanha e Itália¹ se relacionam com as mídias. Nessa pesquisa, observou que, cada vez mais, crianças e jovens recorrem a elas como forma de comunicação e entretenimento. Nesse novo panorama, surgem discursos atribuindo às mídias um novo modelo comunicativo, que permitem a essas crianças e jovens atuar mais ativamente nos ambientes virtuais devido a ampla variedade de aplicativos e dispositivos de comunicação disponíveis. Exemplos dessa análise são o trabalho de Jenkins (2006/2009) em torno da “cultura participativa”, ou das teorias de *producers* ou *prosumers*, ou seja, de uma ideia de que agora todos somos produtores, utilizadores e consumidores (S. Pereira, 2021).

Entretanto, o resultado dessa pesquisa aponta que, na verdade, as práticas de participação dos jovens dos três países pesquisados se encontram muito mais centradas

1 A pesquisa intitulada *Transmedia Literacy* (Literacia Transmídia), envolvendo crianças e jovens de Portugal, Espanha e Itália, buscou analisar e discutir as práticas de produção de uma amostra de 237 adolescentes com idades compreendidas entre os 12 e os 18 anos (S. Pereira, 2021).

em atividades de consumo do que de produção: “partilhar conteúdos com os amigos, consultar os seus perfis nas redes sociais, ver as publicações de outros e observar e seguir o fluxo de conteúdos são as práticas mais comuns” (S. Pereira, 2021, p. 41).

Os dados dessa pesquisa apontam divergências com as teorias que denotam uma maior participação ativa dos jovens nas diferentes plataformas online de comunicação e entretenimento: “o modo como os jovens estão online varia em função de um conjunto de fatores sociais, culturais, económicos e políticos, e é influenciado pelos seus interesses e motivações, o que faz variar os seus níveis e dinâmicas de participação” (S. Pereira, 2021, p. 47). Com isso, conclui-se não serem possíveis generalizações sobre essa questão, pois implicam a necessidade de pesquisas que acompanhem as mudanças nas relações entre crianças, jovens e mídias.

A pesquisa *Global Kids Online*, de âmbito mundial, avalia as práticas de crianças e jovens na internet em diversos países, analisando “oportunidades, riscos e fatores de proteção do uso da internet” (Global Kids Online, s.d., para. 2). Através dessa pesquisa é possível perceber a preocupação pelas questões que são universais sobre as crianças (direito a proteção, participação e provisão), bem como a inserção de questões que contemplem as práticas online na vida das crianças e jovens de diferentes países. Livingstone et al. (2019), por exemplo, analisaram os dados da pesquisa *Global Kids Online* em três países: África do Sul, Chile e Bulgária. Procuraram, a partir do olhar para os benefícios e malefícios do uso da internet, encontrar “degraus” no nível de participação das crianças no ambiente virtual, sendo possível analisar as mudanças e permanências com pesquisas anteriores (Livingstone et al., 2005), bem como identificar se fatores demográficos continuam determinantes na obtenção dos dados. Observaram semelhanças entre os países, como, por exemplo, o uso da internet em crianças de 9 a 11 anos quase restritamente voltado a atividades de entretenimento, realização de atividades escolares (Chile e África do Sul) e jogos online (África do Sul). À medida que crescem, ampliam a variedade de uso e funções na internet, entretanto, chama a atenção o pouco envolvimento, mesmo dos mais velhos, em atividades cívicas e informativas. Esses dados, além de favorecerem órgãos e entidades nacionais e internacionais na criação de políticas públicas que pensam o acesso, a manutenção e a promulgação de projetos para o benefício do uso crítico e cívico das mídias, também permitem constatar a descrença por parte dos mediadores (famílias, escolas, Estado) em apostar nas potencialidades das crianças, mesmo as pequenas, no envolvimento em atividades de caráter mais cívico e político.

Já em países latino-americanos, destacamos a pesquisa de Andrade-Vargas et al. (2021), que averiguou como os jovens, em idade entre 12 e 18 anos de escolas particulares do Equador, ou seja, de um *status* socioeconômico mais privilegiado, utilizam a plataforma YouTube. Nessa pesquisa, percebeu-se que mesmo em uma amostragem envolvendo jovens com melhores condições socioeconômicas, ainda existem variantes nos tempos de consumo, nas razões de uso e nos conteúdos produzidos pelos jovens investigados. Os autores identificaram que os jovens com um *status* socioeconômico mais vulnerável, ou os que moram em zonas rurais, utilizam menos o YouTube e por tempos mais curtos do que seus pares socioeconomicamente mais

privilegiados, sendo estes usuários da rede social por mais tempo e para fins de entretenimento. Um outro dado interessante é em relação ao tipo de conteúdo produzido: os jovens das classes mais privilegiadas tendem a produzir mais conteúdos relacionados a videogames, conteúdos virais e eventos pessoais. Em contrapartida, os jovens socioeconomicamente mais vulneráveis produzem mais conteúdos ligados ao entretenimento, educação e tecnologias (Andrade-Vargas et al., 2021).

No Brasil, considerando o elevado envolvimento e uso das redes sociais por crianças e jovens, observa-se uma nova forma de publicidade sendo instaurada, adaptando-se aos novos modelos econômicos em tempos de capitalismo digital (Buckingham, 2012). Esses dados são confirmados pela edição da pesquisa *TIC Kids Online Brasil*² (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, 2023), realizada entre os anos de 2021 e 2022, com jovens entre os 9 e os 17 anos. Foi constatado um aumento no número de usuários de internet em crianças e jovens da faixa etária investigada em relação a 2019 (de 89% para 93%). A pesquisa também constatou que as plataformas de criação e compartilhamento de conteúdos audiovisuais são as mais utilizadas por crianças e adolescentes, e o número de crianças e adolescentes que utilizam as redes sociais chega a 78%.

Esses números suscitam uma discussão em torno da questão do acesso das crianças brasileiras às redes sociais e das questões de consumo implicadas nessa relação. Sampaio et al. (2021) analisaram, por exemplo, o uso do YouTube por crianças e jovens como possibilidade de garantir o direito à comunicação, defendida pela Convenção Sobre os Direitos da Criança, de 20 de novembro de 1989. Esse documento reitera o direito da criança à expressão e comunicação, tanto em relação à produção (Artigo 13) quanto ao acesso (Artigo 17; Convenção Sobre os Direitos da Criança das Nações Unidas, 1989). Recentemente, com a inserção do ambiente digital como um dos espaços de socialização das crianças, o Comitê dos Direitos da Criança adotou o Comentário Geral n.º 25 (2021) relativo especificamente aos direitos da criança no ambiente digital, salientando a necessidade de proteção em relação aos perigos que o ambiente tecnológico pode oferecer à sua privacidade. O documento aponta o direito das crianças à igualdade de acesso e de participação nos ambientes digitais, através do acesso a meios e recursos para expressarem-se, principalmente na defesa dos seus direitos, cabendo aos Estados-partes a criação de mecanismos de vigilância, manutenção e criação de recursos para a garantia desses direitos.

Entretanto, é precipitado pensar que as crianças e os jovens, por não acessarem conteúdos cívicos/políticos ou por não produzirem conteúdos audiovisuais pautados nessas discussões, não tenham interesse ou não se envolvam com questões referentes a esses temas. É o que aponta Spyrou (2020), ao sugerir a reflexão das seguintes questões sobre o ativismo cívico e político das crianças:

como as vozes dos ativistas infantis são produzidas, afirmadas e amplificadas ou descartadas e silenciadas através da mídia social? Como repensar a voz como um dos principais meios pelos quais buscamos compreender os mundos

² A pesquisa *TIC Kids Online Brasil* está alinhada com as pesquisas *EU Kids Online* e o projeto *Global Kids Online*, já citados anteriormente.

infantis, à luz dos avanços tecnológicos que permitam que vozes sejam reproduzidas, alteradas, transferidas e distribuídas de formas inéditas? Que vozes políticas infantis são globalizadas, com que velocidade e como, e por que as vozes de outras crianças são contidas e localizadas? (p. 6)

Essas questões corroboram com a afirmação de Sampaio et al. (2021) sob o lugar oferecido às crianças e aos jovens nas diferentes mídias: “se configuram como objetos de amor e ódio” (p. 15), ou seja, ora são tratados como objeto de “paparicação”, ora são excluídos e marginalizados, visto como um problema social.

Essa discussão nos faz pensar nas possibilidades e oportunidades existentes para que crianças e jovens possam construir ferramentas de reflexão e intervenção nas suas comunidades, exercendo seus direitos de participação e comunicação. Nesse sentido, Fantin (2008) considera a importância do “estabelecimento de políticas culturais que possam impulsionar outros tipos de produção midiática e de interações que favoreçam alternativas aos mercados globalizados em função de interesses públicos e de processos formativos” (p. 71).

A seguir, apresentamos alguns dados coletados durante nossa investigação, que buscou ouvir crianças e jovens portugueses e brasileiros como públicos de cinema e audiovisual. Vimos que esses novos públicos exigem um olhar amplo sobre quem são, o que veem e sobre como participam da produção cultural, estética, artística e política da sociedade. Mas, acima de tudo, nos levam a pensar nas necessidades, nas ausências e carências que essas crianças e jovens encontram nas suas experiências comunicativas.

As Práticas de Recepção Audiovisual das Crianças e dos Jovens

Ao longo da investigação, que se constituiu como uma pesquisa de caráter qualitativo (Coutinho, 2014), pautada por um estudo coletivo de casos (Dooley, 2002; Stake, 1995/1999), analisamos os projetos e práticas de educação para o cinema de quatro cineclubes: dois em Portugal (Associação AO NORTE – Viana do Castelo e Cineclube de Viseu) e dois no Brasil (Cineclubinho Ó Lhó Lhó e Cineclube da Mostra, ambos da cidade de Florianópolis³). Através da observação e análise das suas atividades, além de entrevistas com mediadores e responsáveis pelos projetos educativos, selecionamos 16 crianças e jovens participantes das ações promovidas pelas quatro instituições para nos concederem entrevistas semiestruturadas sobre suas práticas de consumo audiovisual e cinematográfico⁴. Os entrevistados pertenciam à faixa etária

³ Os quatro cineclubes investigados foram selecionados após um mapeamento dos cineclubes portugueses e brasileiros que desenvolviam ações ou projetos de educação para o cinema voltados ao público infantojuvenil. Dessa forma, a Associação AO NORTE e o Cineclube de Viseu foram selecionados em virtude da consolidação dos seus projetos de educação para cinema em Portugal (ambos com mais de 20 anos de existência). Já os cineclubes brasileiros foram selecionados em virtude da especificidade de suas ações para os públicos infantojuvenis.

⁴ As crianças e os jovens entrevistados foram selecionados através da indicação dos mediadores dos cineclubes, além da seleção da própria pesquisadora após observar a participação das crianças e dos jovens nas atividades realizadas.

entre os sete e os 16 anos. Do total, 13 entrevistas aconteceram de forma presencial e três entrevistas de forma online (duas jovens participantes do Cineclube de Viseu e uma criança pertencente ao Cineclube da Mostra). As entrevistas foram realizadas em 2021 e 2022.

Os próprios nomes fictícios utilizados para caracterizar as crianças e os jovens, apresentados na Tabela 1, já revelam pistas sobre os repertórios cinematográficos de sua preferência⁵. Todos os filmes indicados são produções norte-americanas.

Tabela 1
Grupo de crianças e jovens entrevistados.

Instituição	Sigla	Nomes fictícios dos entrevistados
Associação AO NORTE	AON	Lee (13 anos); Emma (14 anos); Bruno (16 anos); McQueen (13 anos); Jordan (16 anos) e Cleo (14 anos)
Cineclube de Viseu	CV	Emily (9 anos); Agnes (9 anos); Haley (16 anos); Clara (10 anos) e Beca (16 anos)
Cineclubinho Ó Lhó Lhó	COLL	Peter Park (8 anos); Dominic (13 anos) e Wandinha (8 anos)
Cineclube da Mostra	CM	Raya (7 anos) e Perrito (11 anos)

A principal dimensão analisada nas entrevistas buscou compreender as práticas de recepção cinematográfica das crianças e jovens entrevistados: onde assistem, com quem, gêneros de preferência e se costumam frequentar salas de cinema.

Todos os entrevistados declararam que costumam assistir filmes, séries e vídeos, sendo esses últimos referentes a vídeos do YouTube ou aqueles publicados em redes sociais, como os vídeos da rede social TikTok, por exemplo. A televisão é o dispositivo de preferência da maioria dos entrevistados para assistirem filmes e séries. Esses são visualizados, na sua maioria, através de canais de *streaming*, sendo o mais citado a Netflix (outros canais foram citados, como HBO, Prime Video, Filmin e Disney Plus). Também foram citadas outras formas de acesso a filmes, como websites “piratas” e aparelhos de TV Box. Apenas as crianças citaram o costume de assistir filmes no cinema. Uma curiosidade também é o fato de uma criança ter citado a mudança na sua forma de acesso aos filmes: “antes, agora já não dá, mas antes costumava ver CDs de filmes (...) às vezes a minha mãe vai a canais e grava filmes” (Agnes, 9 anos, CV).

Em relação aos conteúdos mais visualizados pelos entrevistados, foram citados vídeos do YouTube sobre tutoriais (jogos, culinária, moda), informativos (canais de notícia), *youtubers* brasileiros e portugueses, canais sobre curiosidades e experimentos, esportes, clipes musicais, desenhos infantis e vídeos de apoio para os trabalhos escolares. Um jovem também citou o acesso a podcasts.

⁵ Os nomes fictícios utilizados para caracterizar cada criança ou jovem surgiram a partir dos personagens dos seus filmes/séries preferidos. A justificativa para cada nome pode ser apreciada em Figueiredo (2024).

Questionamos os entrevistados sobre os tipos de filmes e séries que costumam assistir. As crianças apresentaram alguma variedade nas suas preferências, citando, principalmente, filmes animados, de super-heróis e filmes em formato *live action*. Também foram citados filmes de *youtubers*, como Lucas Neto, além de filmes que ainda nem foram assistidos, como o caso de Peter Park (8 anos, COLL): “*Homem-Aranha*, e filme do *Mário*, que eu não assisti ainda”. À medida que crescem, percebemos que suas escolhas começam a ser mais intencionais, como é o caso de Perrito (11 anos, CM), que revela sua preferência por filmes “infantis onde envolve ficção científica (...), que traz uma mensagem boa”. Todos os filmes citados pelas crianças são produções norte-americanas, com exceção de Wandinha (8 anos, COLL), que faz referência a uma produção brasileira.

Já os jovens apresentam gostos muito variados em relação aos gêneros preferidos (aventura, ação, comédia, suspense, ficção científica, documentários), sendo perceptível uma definição pelo perfil de filmes e séries que atendam as suas preferências individuais e contribuam para sanar suas necessidades, de acordo com suas rotinas: “costumo ver filmes de ação, comédia, às vezes num dia mais, num *bad day* [dia mau], lá costumo a ver uma comediazinha *pra animar*” (Bruno, 16 anos, AON). Também é perceptível uma dimensão afetiva pelos filmes: “filme? O menino de pijama às risca... eu nunca chorei tanto num filme, aquele filme vai mesmo na alma” (Bruno, 16 anos, AON). Uma jovem também relata seu interesse por uma questão específica, ou seja, assistir ao *making off* dos filmes, pois “por acaso tenho muito interesse em cinema, faço teatro, é uma área que por acaso gostava muito de seguir, também gosto muito de ver como são feitos, os filmes” (Emma, 14 anos, AON).

E qual o sentido que essas crianças e jovens dão aos filmes e séries assistidos? Nessa questão obtivemos respostas variadas, sendo interessante observar como cada um pensa o lugar que o cinema possui na sua vida. Observamos que as crianças e jovens entrevistados pensam o cinema e o audiovisual como forma de:

- *Entretenimento/passatempo/prazer*: “prazer, muito prazer... principalmente porque estou a descansar, normalmente eu assisto filmes aos finais de semana e penso: ‘depois de uma longa semana de aulas vou descansar’, no sofá, deitada, a ver um filme assim... finalmente” (Clara, 10 anos, CV);
- *Preencher vazios/companhia*: “passo muito tempo sozinha em casa, ou seja, não tenho com quem falar, não tenho com quem interagir, então quando vejo algum filme, alguma série ou algum vídeo sei que naquele momento não estou a falar com ninguém, mas sei que estou entretida, que não estou sozinha praticamente, é por isso que assisto muito conteúdo” (Beca, 16 anos, CV);
- *Ampliação de mundo/transmissão de mensagens*: “eu acho que o cinema é liberdade (...), tivemos agora aqui a ver uns *animes*, o fato de podermos ver o mundo, entender a mensagem de um filme” (Bruno, 16 anos, AON);
- *Trabalho*: “depois dessa experiência, eu fiquei pensando que aquilo dá bastante trabalho, e também a persistência dos atores para repetir cena por cena, acho que torna bastante mais interessante” (Cleo, 14 anos, AON).

Nossos entrevistados também foram questionados se costumam frequentar as salas de cinema das suas cidades. Suas respostas nos apresentam, principalmente a partir de fala de alguns jovens, uma mudança significativa nos seus hábitos de recepção cinematográfica: “só quando tem, tipo, aquele filme que eu tenho muito interesse em ver, senão eu espero umas semanas... uma semana, por exemplo, eu vejo em casa, se não eu vou ver lá, mas não vou muitas vezes” (Lee, 13 anos, AON); “antes da pandemia de COVID ia quase todas as semanas, mas depois (...) comecei a gostar mais de outras coisas e não tenho tanto tempo de ir ao cinema, eu mudei de ano então tenho que estudar mais” (McQueen, 13 anos, AON).

Esses jovens nos apresentam dados sobre uma nova configuração nas formas de acesso e recepção dos públicos juvenis, ou seja, a preferência pelos ambientes domésticos e individualizados para a visualização dos filmes e conteúdos de sua preferência. São jovens que passaram pelo período de isolamento social, durante a pandemia mundial de COVID-19, e reinventaram suas práticas de recepção. Entretanto, principalmente para as crianças, a ida ao cinema ainda é uma prática que envolve o prazer de assistir filmes nas salas especializadas, o prazer no convívio com familiares e amigos e que também se adapta às novas propostas oferecidas por esses espaços: “eu vou mais ou menos, normalmente... eu não sei quanto tempo, não é... sim, acho que foi dia... no meu dia de aniversário, numa festa de aniversário que eu fiz no cinema” (Clara, 10 anos, CV). Também identificamos casos de jovens que não costumam frequentar o cinema pois não há salas nas suas cidades: “sinceramente, acho que no máximo duas vezes por ano, porque também é um bocado longe e temos que ir para Viseu e depois voltar (Beca, 16 anos, CV). Existem ainda crianças e jovens que apresentam dificuldades em frequentar as salas de cinema por questões de acessibilidade financeira, como é o caso dos entrevistados que representam o Cineclubinho Ó Lhó Lhó. E há ainda o relato de Wandinha (8 anos, COLL), que diz que não gosta de ir ao cinema “porque tem muito silêncio, e eu não consigo ficar quieta profe”.

Da mesma forma que ir ao cinema pode ser prazeroso e uma atividade social, existem barreiras no acesso a esses ambientes, tornando-se, em muitos casos, uma prática inacessível a muitos. Uma das estratégias para superar essas barreiras pode ser aquelas oferecidas pelos cineclubes, como é o caso citado por Perrito (11 anos, CM), que diz “sim, eu vou no cinema do CIC todo sábado”, e também de Raya (7 anos, CM), que afirma frequentar as sessões de cinema do Cineclubes da Mostra todos os sábados, desde muito pequena.

Também se observou que, para alguns jovens, há uma mudança no comportamento social das práticas de recepção. Para alguns, ver filmes e séries sozinhos/as torna-se a melhor opção diante dos novos formatos: “sozinha, séries a maior parte é sozinha, pois vejo no computador” (Haley, 16 anos, CV). Um outro fator que influencia essa opção é o tipo/gênero do filme:

depende do filme, se for assim um romance é com uma menina, se for uma comédia é com os meus amigos todos, se for assim um filme que eu quero muito ir ver mas que saia do meu conforto, por exemplo, se for assim romance, não é bem um romance, é assim um filme abstrato, estranho, as vezes há filmes

que não encaixam muito bem, é mesmo para ver sozinho... depende do filme, depende muito do filme, do gênero do filme. (Bruno, 16 anos, AON)

Entretanto, para a maioria dos entrevistados, a prática de assistir filmes, série e vídeos ainda é perpassada por uma experiência coletiva: “alguns filmes eu vou ao cinema com meus colegas, outros pá, uma série que eu costumava assistir em casa com a minha irmã mais velha” (Lee, 13 anos, AON); “depende...as vezes é sozinha, as vezes com amigos, mas geralmente é com minha mãe. Nós temos gostos muito semelhantes, portanto acabamos sempre por ver filmes juntas” (Emma, 14 anos, AON).

Considerações Finais

As entrevistas relatadas nesse artigo revelam a diversidade das experiências de recepção audiovisual e cinematográfica das crianças e jovens contemporâneos. Comprovam que as salas de cinema não são mais os principais espaços de recepção cinematográfica, além de revelarem os diferentes sentidos dessas práticas para as crianças e os jovens entrevistados.

O fato de, cada vez mais, jovens preferirem acessar filmes, séries, jogos e demais produções nos seus ambientes domésticos, seja em virtude das barreiras financeiras e geográficas para o acesso às salas de cinema (caso das crianças entrevistadas do Cineclubinho Ó Lhó Lhó e dos jovens entrevistados do Cineclub de Viseu), ou mesmo em virtude das mudanças nos seus padrões de recepção audiovisual (jovens da Associação AO NORTE), assim como a diversidade de representações que os conteúdos consumidos incitam para esses públicos, são dados fundamentais para a compreensão dos públicos infantojuvenis contemporâneos. Dessa forma, é importante que cineclubes e demais projetos voltados à educação para o cinema, ao construírem suas propostas junto a crianças e jovens, considerem essas mudanças, valorizando seus repertórios, contribuindo para a problematização, leitura crítica e ampliação das suas experiências comunicativas.

As entrevistas apresentadas nesse artigo nos permitiram ajudar a tecer as “malhas de socialização” (S. Pereira, 2021) que atuam na constituição das culturas infantis e juvenis. Diante dessas novas experiências, crianças e jovens transitam pelas imagens em movimento a partir de novas perspectivas, ampliando o conceito de “recepção cinematográfica” para além das salas escuras de cinema. A presença cada vez mais potente das mídias audiovisuais como principais mediadoras entre as crianças, os jovens e o mundo, aliadas a alterações econômicas provocadas pela ascendência do capitalismo, exigem novas perguntas e respostas na busca pela compreensão das culturas infantojuvenis contemporâneas.

Nesse novo cenário, faz-se necessário ampliar a análise sobre as formas de participação e exercício de cidadania das crianças e dos jovens, abarcando o contexto da cultura digital. Essas mudanças afetam diretamente as instituições culturais, provocadas a repensar suas identidades e bases conceituais. Os cineclubes, por exemplo, instituições culturais pautadas historicamente na relação entre o cinema e seus públicos,

encontram novos desafios. A evidência de que, por exemplo, crianças e jovens têm exercido práticas de recepção cada vez mais individualizadas, domésticas e de viés comercial, colocam essas instituições numa nova posição de dualidade. De um lado, buscam preservar um modelo cineclubista voltado à divulgação e manutenção da memória cinematográfica. Do outro lado, observam o afastamento e distanciamento do público infantojuvenil dessas formas tradicionais de recepção fílmica.

Assim, o cineclubismo contemporâneo enfrenta o desafio de se aproximar desses públicos, ressignificando seus propósitos, tornando-se espaço formativo onde crianças e jovens possam encontrar oportunidades para o exercício crítico e criativo de análise, criação e comunicação com e através do cinema.

Referências

- Andrade-Vargas, L., Iriarte-Solano, M., Rivera-Rogel, D., & Yunga-Godoy, D. (2021). Young people and social networks: Between the democratization of knowledge and digital inequality. *Comunicar*, XXIX(69), 85-95. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-07>
- Buckingham, D. (2006). *Crescer na era das mídias: Após a morte da infância* (G. Girardello & I. Orofino, Trans.). Academia. (Trabalho originalmente publicado em 2000)
- Buckingham, D. (2012). Rethinking the child consumer: New practices, new paradigms. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 9(25), 43-69. <https://doi.org/10.18568/cmc.v9i25.311>
- Comentário Geral nº 25 sobre os direitos da criança em ambiente digital, 2 de março, 2021, <https://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2021/04/observacion-general-n-25-2021.pdf>
- Convenção sobre os direitos da criança das Nações Unidas, 20 de novembro de 1989, https://www.unicef.pt/media/2766/unicef_convenc-a-o-dos-direitos-da-crianca.pdf
- Coutinho, C. P. (2014). *Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas: Teoria e prática*. (2ª ed.). Edições Almedina.
- Dooley, L. M. (2002). Case study research and theory building. *Advances in Developing Human Resources*, 4(3), 335-354. <https://doi.org/10.1177/1523422302043007>
- Dornelles, L. V. (2005). *Infâncias que nos escapam: Da criança na rua à criança cyber*. Editora Vozes.
- Fantin, M. (2008). Os cenários culturais e as multiliteracies na escola. *Comunicação e Sociedade*, 13, 69-85. [http://doi.org/10.17231/comsoc.13\(2008\).1145](http://doi.org/10.17231/comsoc.13(2008).1145)
- Figueiredo, M. S. (2024). *Cineclubes e a educação para o cinema de crianças e jovens: Itinerários portugueses e brasileiros* [Tese de doutoramento, Universidade do Minho]. RepositóriUM. <https://hdl.handle.net/1822/89275>
- Fischer, R. M. B. (2008). Imagens da mídia, educação e experiência. In M. Fantin & G. Girardello (Eds.), *Liga, roda, clica: Estudos da mídia, cultura e infância* (pp. 25-40). Papyrus.
- Global Kids Online. (s.d.). *About the project*. Retirado a 23 de maio de 2025, de <http://globalkidsonline.net/about/>
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência* (S. L. de Alexandria, Trad.). Aleph. (Trabalho original publicado em 2006)
- Livingstone, S., Bober, M., & Helsper, E. J. (2005). Active participation or just more information? *Information, Communication & Society*, 8(3), 287-314. <http://doi.org/10.1080/13691180500259103>

Livingstone, S., Kardefelt-Winther, D., Kanchev, P., Cabello, P., Claro, M., Burton, P., & Phyfer, J. (2019). Is there a ladder of children's online participation? Findings from three Global Kids Online countries. *Innocenti Research Briefs*, (2019/02), 1-9. <https://doi.org/10.18356/99c54772-en>

Martín-Barbero, J. (1998) Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación, *Cultura y Educación*, 10(1), 17-34. <https://doi.org/10.1174/113564098760604947>

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. (2023). *Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2022*. Comitê Gestor da Internet no Brasil. https://cetic.br/media/docs/publicacoes/1/20230825142135/tic_kids_online_2022_livro_eletronico.pdf

Pereira, M. G. C. (2017). Criança e economia não combinam? Relações entre Infância, dinheiro e práticas de consumo. In A. Alcântara & B. Guedes (Eds.), *Comunicação e infância: Processos em perspectiva* (pp. 12-37). Pimenta Cultural.

Pereira, S. (2021). *Crianças, jovens e media na era digital: Consumidores e produtores?* Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade; UMinho Editora. <https://doi.org/10.21814/uminho.ed.45>

Sampaio, I. V., Pereira, G.C., & Cavalcante, A. P. P. (2021). Crianças youtubers e o exercício do direito à comunicação. *Cadernos Cedes*, 41(113), 14-22. <https://doi.org/10.1590/CC231374>

Sarmiento, M. J. (2004). As culturas da infância nas encruzilhadas da 2ª modernidade. In M. J. Sarmiento & A. B. Cerisara (Eds.), *Crianças e miúdos. Perspectivas sociopedagógicas da infância e educação* (pp. 9-34). Asa.

Spyrou, S. (2020). Children as future-makers. *Childhood*, 27(1), 3-7. <https://doi.org/10.1177/0907568219884142>

Stake, R. E. (1999). *Investigación com estúdio de casos* (R. Filella, Trad.). Ediciones Morata. (Trabalho original publicado em 1995)