

O cineclubismo como ferramenta da Educomunicação: Um estudo do Cineclub Marighella em Campos dos Goytacazes¹

André Sabine Macedo de OLIVEIRA²

Christiane Reis MILAGRES³

Faculdade Salesiana Maria Auxiliadora, Macaé, RJ

Resumo

As tecnologias da informação e da comunicação (TIC) estão exigindo uma revisão e uma reconfiguração da educação no século XXI. É possível perceber, a partir da década de 1990, em decorrência dos avanços no campo da Educomunicação, a preocupação crescente em se desenvolver a leitura crítica dos meios de comunicação, bem como competências midiáticas, no intuito de compreender a realidade contemporânea e formar cidadãos. Nesse sentido, este artigo pretende relatar a experiência do Cineclub Marighella, em Campos dos Goytacazes (RJ). O objetivo é verificar a atuação do cineclubismo como uma prática educacional fora do ambiente escolar na região Norte Fluminense. Foi realizada uma entrevista em profundidade com um dos idealizadores do projeto e uma pesquisa de opinião, por meio de questionário eletrônico, junto aos frequentadores.

Palavras-chave: educomunicação; cineclubismo; Cineclub Marighella.

Introdução

A prevalência das tecnologias da informação e da comunicação (TIC) nos dias atuais vem exigindo uma revisão dos parâmetros educacionais vigentes. Pois, a ideia de uma educação baseada no acúmulo de conhecimentos não está se sustentando frente à crescente necessidade de fruição imediata reinante na contemporaneidade.

Para Bauman (2011, p. 112), o “mundo líquido moderno”, em constante transformação, não beneficia a institucionalização da escola. No entanto, é imprescindível aprender a viver em um ambiente saturado de informações e aprender a preparar as pessoas para essa nova realidade.

Diante de uma sociedade que vive uma dinâmica onde os espaços tradicionais são substituídos por uma perspectiva pós-moderna de territorialidade, a educação já

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

² Estudante do 8º período do curso de graduação em Jornalismo da Faculdade Salesiana Maria Auxiliadora de Macaé (FSMA). Bolsista da Iniciação Científica FSMA/PIBIC. E-mail: andresabine1988@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Mestre em Comunicação e Cultura (UFRJ). Docente dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Faculdade Salesiana Maria Auxiliadora de Macaé (FSMA). E-mail: chrismilagres@gmail.com.

mostra sinais de que se não desprende do pensamento ensino-escola, pelo menos segue um movimento transversalizante, em que o saber é colocado em contexto pela conexão em que o indivíduo possui com determinado local.

Dessa forma, o processo ensino-aprendizagem vem ganhando novos contornos, inclusive com alternativas que contemplam ações educativas fora das salas de aula. Este artigo tem como objetivo relatar a experiência do Cineclube Marighella, em Campos dos Goytacazes (RJ), a fim de verificar o potencial do cineclubismo como uma ferramenta educomunicativa extraclasse.

Reverendo a educação...

O ser humano, durante a sua existência, desenvolveu inúmeras formas de se comunicar, passando dos desenhos rupestres em paredes de cavernas à comunicação em rede através da internet.

A linguagem aplicada ao comunicar algo servia e serve para mostrar uma visão do espaço-tempo vigente. As formas de se expressar equivalem ao que se tem de mais tecnológico em cada época.

O século XX, com a eclosão de diversos meios de comunicação de massa, pavimentou a estrada que estabeleceu o século XXI como a era da informação, criando a possibilidade do indivíduo desempenhar o papel de emissor e receptor de uma mensagem simultaneamente.

Segundo a perspectiva de Paulo Freire (GOMEZ apud SAVERNINI, 2015) de que a linguagem, a comunicação e os elementos comunicacionais formam um dos eixos fundamentais de uma proposta educativa para ajudar o homem e a mulher a libertar-se da manipulação e domesticação, desenvolvendo sua capacidade crítico-reflexiva, pode-se dizer que o momento contemporâneo seria o mais propício para o desenvolvimento de uma educação que promova o empoderamento do indivíduo. Contudo, não é o que se vê acontecendo.

De acordo com Sodré (2012, p. 13), a sociedade líquida pós-moderna que se estabelece na atualidade criou uma espécie de realidade em que o *status quo* existente é dinamizado por forças tecnológicas desenvolvidas através dos séculos de evolução dos meios de comunicação, tendo influência direta do *establishment* global do capital mercadológico, criando “uma alteração no perfil antropológico do novo *socius*, em que nem sempre se pode ver claramente onde termina a informação e começa a educação”.

Conforme Sodré (2012), o Estado, na qualidade de fornecer educação ao povo, perde seu poder perante o mercado financeiro, que desenvolve através da publicidade e da propaganda, uma comunicação para criar única e exclusivamente um indivíduo consumidor, esfacelando suas características culturais de sua localidade e sua subjetividade, cada vez mais forçado a exponencialidade do capital. Pois, para Deleuze (1992, p. 212), o capitalismo é um “sistema imanente que não para de expandir seus próprios limites, reencontrando-os sempre numa escala ampliada, porque o limite é o próprio Capital”.

Como forma de priorizar o consumo em larga escala para benefício do capital, Sodré (2002, p. 9) diz que a “comunicação em rede ou simplesmente ‘hipermídia’, vetorizada pelo universalismo jurídico e pelo mercado, vem produzir transformações importantes no modo de presença do indivíduo no mundo contemporâneo”. Esse *ethos mediatizado* concebe uma “transformação das referências simbólicas com que se forma (educacionalmente, politicamente) a consciência de jovens e adultos”, desembocando em uma *hexis educativa*, onde ocorre uma “transformação dos modos operativos da consciência, isto é, dos processos de construção da realidade, da memória e da identidade”.

No mercado, o termo informação recobre uma variedade de formas (filmes, notícias, sons, imagens, dígitos, etc.), definidas em última análise como “fonte de dados” e economicamente caracterizáveis como produtos. Sobre este último tipo de informação incide principalmente a mutação, que favorece o intercâmbio ampliado e acelerado entre nações. Sobre os novos produtos não paira mais o temor – típico dos anos de 1960 e 1970 – de destruição da “alta cultura” por uma suposta homogeneização inapelável da “cultura de massa”, uma vez que as fronteiras entre ambas se apagam diante da onda planetarista da globalização ou da chamada “sociedade da informação”, indiferente a tudo que não seja a velocidade de seu processo distributivo de capitais e mensagens. (SODRÉ, 2002, p. 12).

Para contrabalancear esse avanço mediatizador, Deleuze (1992, p. 2012) afirma que se faz necessário “buscar um estatuto para as ‘máquinas de guerra’, que não seriam de modo algum pela guerra, mas por uma certa maneira de ocupar, de preencher o espaço-tempo, ou de inventar novos espaços-tempos”.

Para Sodré (2012, p.15), “o tempo da educação é o da descolonização”, isto é, da reeducação ou da reinvenção dos sistemas de ensino, com base na diversidade simbólica e na dissolução das grandes explicações monoculturalistas do mundo. No entanto, os

sistemas de conhecimento (ciências, artes, narrativas, filosofia) e as instituições (trabalho, parentesco, costumes, códigos, leis) regulam ou orientam os destinos comunitários a partir das verdades instituídas pelos grupos que se encontram no poder. Segundo Nietzsche (apud SODRÉ, 2012, p. 16), isso seria “[...] compreender imediatamente tudo o que se viu por meio de fantasmas determinados. O valor destas representações determina o valor das culturas e da educação”.

De acordo com Sodré (2012, p. 23), a ideia do “saber único”, globalizado, termina recalçando uma parte importante da realidade e pode gerar efeitos danosos na educação, uma vez que incentiva um “monismo cultural” que privilegia a língua hegemônica e impede o pluralismo das linguagens características de alunos provenientes de diferentes estratos sociais e regiões geográficas. Ou seja, a escola se torna o lugar determinado do sistema social onde se reconstitui o movimento da produção do conhecimento, mas sempre como um efeito das relações de classe.

Se a escola, a despeito de ter perdido sua antiga centralidade, ainda permanece no epicentro da produção da subjetividade e da atribuição de sentido às crianças, jovens e adultos, a pergunta que se coloca agora é sobre o modo pelo qual ela desempenha tal função na contemporaneidade. Em outras palavras, em vista da crise da escola disciplinar no mundo contemporâneo, qual o novo significado da escola? Para que serve a escola, essa instituição de duzentos anos de idade, no mundo contemporâneo? (VEIGA-NETO apud CÉZAR; DUARTE, 2010, p. 834).

Diante da crise da educação que se configura, é necessário imaginar novas propostas de educar e de não se estagnar em sua tentativa de desenvolver saberes (já existentes e dos que podem vir a ser), numa tentativa urgente de não se perder no vácuo que a história da educação colocará, em especial nos continentes latinos.

Conforme Cézar e Duarte (2010, p. 823), “Arendt, assim como Foucault e Deleuze, nos ensina que crítica e crise são fenômenos modernos indissociáveis e nos convida a enxergar a crise como momento privilegiado para o exercício da atividade da crítica”. A crise é vista como potência, não no sentido de se começar do zero, mas sim de usar aquilo que já estava funcionando e analisar o que não funcionou e, dessa forma, corrigir.

Sodré (2012, p. 19) analisa a crise da educação através de um viés político e ideológico, concluindo que a realidade só terá um revés por um processo de descolonização do processo educacional, o que significa liberar ou emancipar do

monismo ocidentalista que reduz todas as possibilidades de saber e da enunciação da verdade à dinâmica cultural de um centro, bem sintetizado na expressão “pan-europa”.

No intuito de reinventar a educação, o cineclubismo desponta como uma prática educacional e social fora das salas de aula, uma nova forma de aflorar a consciência crítica do indivíduo, possibilitando a este desenvolver sua subjetividade com mais liberdade e analisar o cotidiano sob a ótica da diversidade.

Cineclubismo e consciência crítica

As experiências crítico-reflexivas que circundam nos últimos tempos a educação têm se mostrado inúmeras em suas possibilidades não de substituir, mas de complementar o ensino escolar. São tentativas de expandir as fronteiras do saber para além do ensino clássico.

Os movimentos cineclubistas encaixam-se nesse perfil. Têm como característica trabalhar com produções audiovisuais (filmes e documentários), para estimular a discussão sobre a obra assistida, levantando questionamentos sobre as conexões que estas possuem com a realidade vivida pelo indivíduo inserido no tempo e no espaço na sociedade contemporânea que vive em seu devido momento suas próprias relações de causa e efeito, o que permite a quem as percebe, interagir de forma própria com a realidade proposta pela confluência de forças que regem a atualidade.

Os objetivos do Cineclube, entre outros, são refletir sobre a linguagem do cinema, possibilitar a experiência fílmica como ferramenta de educação, estimular o desenvolvimento do pensamento crítico e viabilizar ações concretas de intercâmbio entre cineclubistas, realizadores, pesquisadores, críticos e pessoas que se interessam pelo cinema como arte transformadora. (CONSELHO NACIONAL DE CINECLUBES apud SAVERNINI, 2015, p.08).

Para Neto (2005, p. 01), existe uma função pedagógica no cineclubismo, ao identificar o processo de aprendizagem através da contextualização da arte fílmica como uma prática social. “Nesse sentido, o cinema não só é um instrumento catalizador da sensibilidade, mas também articulador de uma linguagem cultural que, por sua natureza afetiva, adentra nas possíveis relações humanas em seus mais diferentes campos sociais”.

Em uma época em que os “filmes de verão” da temporada norte-americana, ou *blockbusters*, tomam conta das salas de cinema em todo o mundo, com produções de

alto investimento, mas que pouco se preocupam com seus roteiros, os cineclubes, diz Savernini (2015), pela sua gratuidade e difusão de materiais audiovisuais que permitem uma reflexão sobre assuntos do cotidiano, criam uma frente de resistência ao mero consumo de um produto, sendo também uma forma de contraposição e descontentamento perante governos em vigência.

A exemplo do Cineclube de São Paulo durante o período ditatorial do Estado Novo, no Brasil sob a ditadura militar, o cineclubismo adquiriu claramente esse caráter político de resistência. Por terem se tornado, nos anos 1950, importantes espaços de discussão social e política, além da função primeva cultural, os cineclubes foram perseguidos e fechados durante o período militar. Sua reorganização aconteceu ainda no início dos anos 1970, retomando-se, inclusive, os encontros anuais dos cineclubes, chamados Jornadas – a 10ª Jornada, durante a qual foi criada uma distribuidora voltada para os cineclubes, aconteceu em Juiz de Fora. [...] A retomada do movimento cineclubista, inclusive com apoio governamental, começou em 2003, sob a tutela de Leopoldo Nunes (então atuando na Secretaria do Audiovisual no Ministério da Cultura), com a convocação de uma reunião nacional dos cineclubes. Desde então, tem-se buscado políticas e ações de fortalecimento dessa prática. (SAVERNINI, 2015, p. 9).

O fomento da prática cineclubista permite uma ampliação das opções audiovisuais para o público, uma vez que prioriza a exibição de filmes que não fazem parte do circuito comercial das grandes cadeias de cinema. É uma oportunidade de dar visibilidade às produções nacionais e internacionais, por exemplo, de baixo orçamento, de temática polêmica e/ou pouco convencional e de países sem tradição cinematográfica. É uma forma de mostrar que existe cinema além de Hollywood e da Globo Filmes.

Segundo Sodré (2012), essa descolonização do audiovisual extrapola o fato do povo brasileiro ter conhecimento do material audiovisual produzido no país, pois sua relevância deve estar em propiciar um desenvolvimento identitário do cinema nacional. Assim sendo, ao ter acesso a um conteúdo diferenciado, o indivíduo conquista a chance de colocar em prática a sua subjetividade enquanto ser pertencente ao grupo social em que é colocado.

De acordo com Dudus (2007, p. 03), a subjetividade é uma maneira do indivíduo negociar com o espaço-tempo em que está alocado, é a sua potencialidade de criar um ambiente em comum, de criar “comunidade, e não apenas informar. Tornar comum é trazer junto com a informação os afetos, as percepções, o contexto subjetivo. Afinal, é a

subjetividade que mobiliza o *socius*, que tira as pessoas do torpor tautista causado pela mídia e pela publicidade”.

Se desvencilhar desse estado de torpor, de paralisia da capacidade humana de pensar e refletir – pois é a única raça capaz de usar a potência que é a reflexão –, é usar da crítica. Conforme Sodré (2012, p. 19), consiste em “um modo de ler a realidade, mais precisamente, de aprender a ler a realidade, sem o qual se afigura inócua toda educação, uma vez que a leitura é capaz de mostrar o real para além de toda a realidade, ou seja, para a pletora de outras possibilidades”, buscando assim uma multiplicidade de conhecimentos que está a sua disposição.

Conhecimento significa o processo pelo qual um sujeito, individual ou coletivo, entra em relação com um objeto ou informação, visando obter dele um saber novo. Distingue-se do mero reconhecimento, porque implica a busca, a partir da própria experiência, de um saber ainda não produzido. (SODRÉ, 2012, p. 30).

Dessa forma, o cineclubismo, em sua proposta crítico-reflexiva da realidade, através de obras audiovisuais, permite que se crie, pelo uso da subjetividade e do diálogo (debate), o conhecimento necessário para se ter ideia do contexto atual ao qual está inserido e dos processos históricos que o levaram àquele momento, podendo, inclusive, incentivar a prática da cidadania.

Como a moeda sempre tem dois lados, o cinema pode ir além do mero entretenimento e ter função relevante na ampliação de nossa percepção de mundo. Mas, para isso, temos que ter acesso a filmes de diretores que entendem que cada pessoa é única e há beleza na diferença, ou seja, que estão ligados na diversidade cultural e na multiplicidade de desejos, interesses e visões de mundo. Assim como os bons livros, os filmes são capazes de nos fazer refletir e sonhar, de abalar nossas concepções de mundo e contribuir para transformar nossa forma de viver coletivamente. (OFICINA DE IMAGENS, 2015, p. 9).

Viver em coletividade é mais do que estar entre seus iguais. É também promover cidadania, respeitando todos os aspectos singulares que formam o que é o outro, ter o profundo entendimento do que lhe permite ser parte constituinte de uma espécie que necessita da racionalidade e do afeto para sobreviver. Dentro de uma perspectiva educacional, para Soares (2004), trata-se de melhorar o coeficiente expressivo e comunicativo das ações educativas, para socializar e criar consensos, promover o

crescimento da autoestima e da capacidade de expressão das pessoas, como indivíduos e como grupo.

Cineclube Marighella: indícios educomunicativos

Apesar dos caminhos do cineclubismo e da Educomunicação se cruzarem em diversos momentos, merece especial atenção o fato de ambos vislumbrarem uma atuação de intervenção social através de práticas educativas.

Os cineclubes, segundo Sales (2015), surgiram no começo do século XX no Brasil, sendo que se multiplicaram e se organizaram em instituições representativas de seus interesses a partir de 1950. Tinham como principais atividades a divulgação, pesquisa e debate do cinema, contribuindo para a formação do espectador crítico frente à imagem fílmica e seus desdobramentos sociais e políticos. Espaço público por excelência, marcado pela discussão político cultural, os cineclubes em sua trajetória assumiram variados perfis e diferentes práticas conforme os espaços em que se estabelecem.

Já Educomunicação, de acordo Monteiro (2015), deriva dos movimentos de esquerda da América Latina, a partir de um histórico de interseção entre comunicação e educação no meio popular, desde fins dos anos de 1960. A base teórica que a constitui privilegia a ideia de um receptor ativo e da dialogia como fator essencial da dinâmica cultural. Não centra-se na educação escolar, mas na diversidade das interfaces sociais em que a educação e a comunicação se encontram. Visa promover o desenvolvimento de ambientes interativos e propícios à pluralidade expressiva e à participação como, por exemplo, em ONGs, projetos sociais e ensino informal. No entanto, conforme a ABPEducom (2016), o conceito de Educomunicação foi legitimado somente nos fins da década de 1990, a partir das pesquisas realizadas pelo Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo, sob a coordenação do Prof. Ismar de Oliveira Soares, um dos estudiosos mais respeitados da área.

Segundo Alves (apud SVERNINI, 2015), são cinco áreas principais de atuação concreta, ou seja, de intervenção social aos moldes do que se entende como Educomunicação.

[...] São elas: a reflexão epistemológica sobre a inter-relação Educação e Comunicação (que abrange os estudos científicos sobre o próprio campo da Educomunicação); a gestão comunicativa (que são projetos e/ou programas de intervenção social direta, principalmente, mas não exclusivamente, sobre a educação formal); a expressão comunicativa através das artes (que gerou uma linha de pesquisa e atuação específica, a arte-educação); a mediação tecnológica na educação (reflexão e experimentação “em torno da presença e dos múltiplos usos das tecnologias da informação na educação”); e a educação para a comunicação (área batizada, usualmente, de leitura crítica da mídia). São cinco formas de atuação bem reconhecíveis, mas não excludentes – podem se manifestar em conjunto em vários momentos. (SAVERNINI, 2015, p. 03).

Com o intuito de não apenas educar, mas também de trabalhar a consciência crítica e política das pessoas, o mestre em Ciências Sociais pela PUC-RIO e professor dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Faculdade Salesiana Maria Auxiliadora, Leonardo Seabra Puglia, fundou, junto com seu irmão e mais dois amigos, o Cineclube Marighella⁴, na cidade de Campos dos Goytacazes, no interior do estado do Rio de Janeiro.

O projeto possui um ano de existência. A primeira exibição aconteceu no dia 16 de abril de 2016 e está em sua sétima edição. Antes de cada sessão é criado um *post* na página do cineclube no Facebook⁵ com uma enquete, para que as pessoas proponham os filmes que gostariam de assistir. As sugestões são acolhidas e colocadas em votação.

Conforme Puglia (2017), a ideia de colocar em prática o cineclube surgiu de uma conversa com um amigo que é enfermeiro e professor da Faculdade de Medicina de Campos, que exibiu para os alunos dele o filme *Sicko - \$O\$ Saúde*, do diretor norte-americano Michael Moore, e preparou um debate sobre se a saúde é um bem, uma mercadoria a ser vendida no mercado a partir da lei de oferta e procura, ou um direito não alienável ao cidadão.

A atividade na Faculdade de Medicina teve uma repercussão tão positiva que *Sick - \$O\$ Saúde* foi o primeiro filme exibido no Cineclube Marighella, na área de lazer do condomínio onde Puglia morava. O debate foi conduzido por profissionais da área de saúde que tinham uma posição ideológica de esquerda.

⁴ De acordo com Puglia (2017), o nome Cineclube Marighella é uma homenagem a Carlos Marighella (1911-1969), um dos principais articuladores da luta armada durante a Ditadura Militar e que foi morto durante uma emboscada. Marighella foi “um herói do povo brasileiro, uma vítima da ditadura”. Como teve sua história contada de forma distorcida (foi retratado como um bandido), o objetivo [com o nome do cineclube] é fazer que o outro lado de sua história se torne conhecido.

⁵ <https://www.facebook.com/cineclubemarighella/>.

Filiado ao PSOL de Campos, Puglia (2017) afirma que sua posição ideológica não impede ou restringe a participação de pessoas que se considerem “despolitizadas ou de direita”. A única ressalva é que prevaleça a troca de ideias durante os debates e não a imposição de opiniões.

Existe uma preocupação por parte dos organizadores do Cineclube Marighella em levar para os debates especialistas no assunto a ser discutido, no intuito de qualificar o debate. Além disso, busca-se criar redes, a partir da mobilização de grupos relacionados com a temática em discussão. A intenção é estabelecer um espaço aglutinador para que esses indivíduos possam de alguma forma se unir e estabelecer vínculos sociais e políticos.

O cineclube visa a formação de uma consciência crítica e reflexiva da realidade, a livre expressão e a disseminação de um conhecimento acadêmico e não acadêmico para além do ambiente escolar. Porém, tomou-se o cuidado para que esse processo de exercício do saber não fosse considerado penoso e excruciante.

Uma ideia central era a de que o cineclube não fosse um espaço formal, que não tivesse uma estrutura convencional como o cinema, nem que o debate fosse parecido com uma palestra. A gente quer quebrar o estereótipo de que debater é uma coisa chata da escola, que é um conceito totalmente defasado. [...] O propósito é o de educar o público, principalmente o de Campos, que é um lugar muito carente disso, a ver filmes diferentes e trocar ideias no sentido de criar uma consciência política a partir de uma experiência prazerosa. (PUGLIA, 2017).

As atividades do cineclube são desenvolvidas aos sábados, tentando manter a regularidade de uma edição por mês. Por conta da grande demanda, o local de exibição foi transferido para uma pizzaria no centro de Campos, no intuito de enfatizar que esta é uma atividade de lazer. Mesmo que os filmes exibidos possuam temáticas densas, é um momento em que as pessoas devem se permitir relaxar e interagir.

Embora o audiovisual seja uma das principais ferramentas educacionais usadas no país e fazer parte do cotidiano dos brasileiros - segundo a Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílios do IBGE (apud VILLELA, 2016), são 67 milhões de domicílios, isto é, 97,1% possuem aparelho de TV – para Savernini (2015, p. 01), apesar da exposição constante à linguagem audiovisual, aos indivíduos não possuem a consciência de seus mecanismos de significação ou de expressão, isto é, encontram-se “à mercê dos discursos”.

Savernini (2015, p. 01) ressalta que a incorporação do audiovisual na educação formal tem acontecido mais como “ferramenta paradidática que como conteúdo, mais como estímulo para discussões outras que como objeto em si. O que está longe de atender às necessidades atuais de desenvolvimento de competências midiáticas”.

De acordo com Puglia (2017), o filme é o ponto de partida para o debate e, conseqüentemente, para a reflexão e a aquisição de conhecimento. Afinal,

A linguagem do cinema tem um alcance muito mais amplo do que os textos. Principalmente em uma sociedade, como a brasileira, em que o índice de analfabetismo ainda é alto, em especial o analfabetismo funcional. Fora as pessoas que sabem ler mas não possuem o hábito de leitura, desde as classes mais baixas às mais altas. (PUGLIA, 2017).

Apesar dos frequentadores do cineclube serem prioritariamente de classe média, a sua abrangência atinge também representantes das classes menos privilegiadas da cidade, como, por exemplo, os funcionários da pizzaria, que acabam participando, parcialmente, das sessões.

Como os filmes abordam temáticas sociais, as pessoas, independente da classe, se identificam com o que veem, criando uma relação de afeto e de representatividade. Houve vezes que, por exemplo, as cozinheiras da pizzaria comentaram que ouviram ou viram trechos do filme e que aquilo tinha mexido muito com elas. Nos convidaram para levar o cineclube para as comunidades delas, em bairros distantes do centro e/ou distritos de Campos. (PUGLIA, 2017).

Outra conquista do Cineclube Marighella tem sido se consolidar como um espaço de socialização, de estar em contato com o próximo. Fato importante em uma era em que a dinâmica proposta pelas redes sociais de aproximação com o outro, pela diminuição do espaço-tempo, também criou um afastamento e um sentimento de solidão, intensificado pelo momento de polarização política em que vive o Brasil.

Hoje em dia as pessoas só falam de política no Facebook. Porém, precisamos vir para fora e conhecer pessoas. Porque a experiência de rede social tem dois problemas: ou só vemos coisas que nos interessam, que reproduzem a nossa opinião, ou vemos, assim como na mídia, toda essa desgraça que está acontecendo e acabamos nos deprimindo, nos sentindo isolados. O cineclube serve para que as pessoas que estejam em casa deprimidas e só pensando na mesma coisa venham para fora e entrem em contato físico com outras pessoas e percebam que o mundo pode ser visto sob outros pontos de vista. (PUGLIA, 2017).

Para os organizadores, o Cineclube Marighella tem superado as expectativas. No entanto, considerou-se importante verificar se esta experiência tem sido enriquecedora também para os frequentadores e se estes percebem o teor educacional das sessões.

Nesse sentido foi realizada uma pesquisa de opinião, de caráter exploratório e descritivo, sendo a técnica de coleta de dados usada o levantamento de campo (*Survey*). A definição da amostragem ocorreu de forma não probabilística. Baseou-se na aplicação de um questionário eletrônico (com 10 questões fechadas), disponibilizado na página do Cineclube Marighella no Facebook, entre os dias 20 e 25 de abril de 2017. Ao todo, 19 pessoas responderam às perguntas, o que pode ser considerado um número expressivo para uma primeira averiguação sobre as impressões dos frequentadores.

As perguntas que tinham como objetivo identificar o perfil socioeconômico dos participantes do cineclube revelaram que a plateia é predominantemente local, feminina, adulta, com alto nível de escolaridade e de classe média e média-alta.

94,74% dos frequentadores são moradores da cidade de Campos dos Goytacazes. Acredita-se que pela maior facilidade de deslocamento para comparecem às sessões em relação às pessoas que vivem em regiões adjacentes.

O público feminino representa 77,78% dos espectadores, sendo as principais faixas etárias desse grupo, respectivamente, de 51 a 60 anos (36,84%), de 31 a 40 anos (26,32%) e de 21 a 30 anos (21,05%).

O nível de escolaridade se mostrou bastante alto. Todos os entrevistados cursaram o ensino superior, sendo que 68,42% possuem pós-graduação.

Além disso, os participantes possuem uma renda familiar característica dos estratos mais elevados da população brasileira: 57,89% recebem entre 4 e 10 salários mínimos e 26,32% recebem mais de 10 salários. O fato do evento acontecer em uma pizzaria, pode acabar vinculando a ideia de participação a um consumo obrigatório no local, o que pode se tornar um limitador para uma audiência menos privilegiada economicamente.

Conforme percebido ao analisar a página no Facebook do Cineclube Marighella, e sendo corroborado pelo próprio Puglia (2017), a procura do evento pelas redes sociais é pequena. A comunicação interpessoal é o meio preferido de divulgação dos frequentadores. 57,89% disseram que tiveram conhecimento do cineclube através de amigos e apenas 10,53% souberam pelas redes sociais do projeto.

Em relação à frequência nas sessões, 31,58% disseram que foram em apenas uma sessão, seguidos, respectivamente, dos que disseram que participaram de 3 sessões (26,32%) e 5 sessões (21,05%), o que configura uma situação positiva, uma vez que 47,37% dos participantes retornaram em outras edições.

Os números (42,11%) demonstraram que a temática dos filmes e do debate é um fator preponderante para a audiência, que acaba selecionando somente aquelas de seu interesse para participar.

Sobre os debates acerca dos filmes exibidos (com a possibilidade de poderem marcar mais de uma opção nesta questão), 78,95% consideraram democráticos, 68,42% disseram que a proposta era educativa e oferece novos pontos de vista.

Após as exibições, os debates são conduzidos por especialistas sobre os temas abordados, o que é considerado muito importante para 57,89% dos que responderam, por elevar o nível do que é discutido. Talvez isso se explique pelo alto grau de instrução das pessoas que comparecem às exibições.

No que se refere aos objetivos do cineclube percebidos pelos participantes, com a possibilidade de também poderem marcar mais de uma opção nesta questão, as principais respostas foram: promoção do diálogo (89,47%); promoção do respeito as diferenças (84,21%); promoção da educação, além da possibilidade de mostrar o que não é veiculado na mídia (78,95%); promoção da cidadania e respeito as minorias (68,42%); e a quebra de tabus (57,89%).

Por mais que o Cineclube Marighella esteja no início de sua trajetória, pode-se perceber que vem conseguindo avanços significativos enquanto uma ferramenta educacional. Pois, apesar do grau de escolaridade e renda elevado de seu público, estão estabelecendo uma relação desses indivíduos com informações inéditas ou ressignificadas, o que favorece a produção de um novo conhecimento.

Além disso, dentro de uma perspectiva da pedagogia freireana, usam os elementos do tempo atual, no caso o audiovisual, para construir consciência crítica, fundamentando o processo de ensino-aprendizagem em ambientes interativos, extraclasse, e no diálogo.

Esta pesquisa conseguiu registrar a prática educacional realizada pelo Cineclube Marighella na região Norte Fluminense, mas, também, instigar seus organizadores a pensarem numa maneira de levar essa experiência às classes menos favorecidas de Campos dos Goytacazes.

Referências

ABPEDUCOM. **Educomunicação, o conceito.** Disponível em: <<http://www.abpeducom.org.br/p/educucomunicacao-o-conceito.html>>. Acesso em: 20 out. 2016.

BAUMAN, Zygmunt. O mundo é inóspito à educação? In: _____. **44 cartas do mundo líquido moderno.** Rio de Janeiro: Zahar, 2011, p. 112-125.

CÉZAR, Maria Rita de Assis; DUARTE, André. Hannah Arendt: pensar a crise da educação no mundo contemporâneo. **Educação e Pesquisa**, v. 36, n. 3, p. 823-837, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ep/v36n3/v36n3a12>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

DELEUZE, Gilles. **Conversações.** Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

DUDUS, Gerson. **A deriva do humano.** (2007). Disponível em: <<http://chile.unisinos.br/pag/dudus-gerson-deriva-humano.pdf>>. Acesso em: 16 abr. 2017.

MONTEIRO, Eduardo. **Mídiaeducação ou educomunicação.** (2015). Disponível em: <<http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/leia/reportagens-artigos/artigos/1143-midiaeducacao-e-educucomunicacao-semelhancas-diferencas-e-especificidades>>. Acesso em: 19 out. 2016.

NETO, Américo Galvão. A Arte Fílmica e sua Pedagogia. **Existência e Arte** (Revista Eletrônica do Grupo PET), São João Del-Rei, ano 1, n. 1, p. 1-4, jan.-dez. 2005. Disponível em: <http://www.ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/existenciaearte/Edicoes/1_Edicao/A%20ARTE%20FILMICA%20E%20SUA%20PEDAGOGIA.pdf>. Acesso em: 09 abr. 2017.

OFICINA DE IMAGENS COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO. **Guia de cineclubismo.** Disponível em: <http://oficinadeimagens.org.br/canalcinesabotage/wp-content/uploads/inicial/guia_cineclubes.pdf>. Acesso em: 05 abr. 2017.

PUGLIA, Leonardo Seabra. **Leonardo Seara Puglia:** depoimento [abr. 2017]. Entrevistadora: André Sabine Macedo de Oliveira. Macaé: Faculdade Salesiana Maria Auxiliadora, 2017. Entrevista concedida à Iniciação Científica do curso de Jornalismo FSMA/PIBIC.

SALES, Priscila Constantino. O movimento cineclubista brasileiro e suas modulações na recepção cinematográfica. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 28., 2015, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis: UFSC/UFPA, 2015. Disponível em: <http://www.snh2015.anpuh.org/resources/anais/39/1434480954_ARQUIVO_Omovimentocineclubistabrasileiroesuasmodulacoesnarecepcaocinematografica.pdf>. Acesso em: 05 abr. 2017.

SAVERNINI, Erika. O cineclubismo como forma de atuação no âmbito da Educomunicação. In: SEMINÁRIO REGIONAL (CONO SUR) ALAIC, 8., 2015 Córdoba. **Anais eletrônicos...** Córdoba: Escuela de Ciencias de la Información, 2015. Disponível em: <http://www.alaic2015.eci.unc.edu.ar/files/ALAIC/eje11/alaic_11_63_alaic.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2017.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Mas, afinal, o que é Educomunicação?** (2004). Disponível em: < <http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/27.pdf>>. Acesso em: 16 set. 2016.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a educação: diversidade, descolonização e redes.** Petrópolis: Vozes, 2012.

_____. **Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede.** Petrópolis: Vozes, 2002.

VILLELA, Flávia. **IBGE: 40% dos brasileiros têm televisão digital aberta.** (2016). Disponível em: < <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-04/ibge-embardada-ate-amanha-10h-0604>>. Acesso em: 24 abr. 2017.