

Avatar: breve análise de marcas emocionais e processos potencialmente empáticos¹

Fernanda LOCATELLI²

Unisinos, São Leopoldo, RS

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo mostrar tentativas da elaboração de um percurso metodológico que permita analisar marcas de expressões emocionais e de geração de empatia através em filmes, mais especificamente, no filme *Avatar*, de James Cameron. Dessa forma, procura-se realizar movimentos iniciais de análise do material fílmico, apresentando as marcas encontradas e as cruzando com uma base teórica que permita a percepção de uma metodologia em construção. Ou seja, o movimento visa uma organização lógica e coerente do material e que permita a realização e expressão do trabalho de pesquisa desenvolvido.

PALAVRAS-CHAVE: *Avatar*; Emoções; Empatia.

1. De onde partimos?

Partimos de um projeto de dissertação que busca, como objetivo central inicial, compreender os acionamentos emocionais os processos empáticos, de identificação-projeção (MORIN, 1980), na produção de sentido que possibilita e é possibilitada pela circulação midiática (FAUSTO NETO, 2010; FERREIRA, 2016). Nessa perspectiva, a pesquisa de mestrado está se desenvolvendo com olhar tanto para lógicas da produção, quanto ao meio em si (o produto fílmico), e também para as lógicas de reconhecimento (VERÓN, 2001), percebendo a emergência de circuitos midiáticos (BRAGA, 2012).

Porém, visto que se trata de um trabalho bastante amplo, busca-se, neste artigo, apresentar alguns esforços em relação à análise do meio em si, ou seja, do filme escolhido como objeto empírico para o desenvolvimento da pesquisa. Com isso em mente, o foco recai para a solução de objetivos específicos da pesquisa de mestrado. O primeiro direciona-se para examinar rastros/marcas de experiências potencialmente empáticas no e/ou em relação ao filme, percebendo elementos que possibilitam, ou não, a uma identificação entre os atores individuais e o produto midiático. E, como segundo

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Mestranda no PPG de Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) na linha de pesquisa Mídia e Processos Sociais. E-mail: fefalocatelli@gmail.com.

objetivo, busca-se identificar gatilhos emocionais (EKMAN, 2011) presentes na obra e que podem acionar processos emocionais e empáticos em quem a acessa.

Expostos os objetivos do trabalho, segue-se para a apresentação do objeto empírico que possibilitará tal desenvolvimento. Trata-se do filme *Avatar* (2009), de James Cameron, dada sua relevância no contexto em que se insere. Cameron afirma ter esperado 15 anos pela tecnologia necessária para a realização de seu filme, que se tornou o longa de maior sucesso de bilheteria³ da história do cinema. O rascunho de *Avatar* já existia desde 1994, antes mesmo do lançamento de *Titanic* (1997), o segundo maior sucesso do cineasta⁴. Porém, só nos anos 2000 é que a produção começou a ganhar forma, quando o 3D e os recursos de efeitos visuais já se encontravam mais evoluídos. Ainda assim, foi de uma parceria entre a Sony e a equipe de Cameron que surgiram câmeras 3D inovadoras, usadas nas filmagens de *Avatar*⁵.

Em relação à narrativa, *Avatar* é um filme de ficção científica que se passa em uma lua chamada Pandora. Lá, humanos exploram o solo em busca de metais valiosos e entram em guerra com os nativos humanoides conhecidos como Na'vi, que buscam defender os recursos e a também a continuação de sua existência. O filme foi indicado em nove categorias do Oscar, incluindo Melhor Filme e Melhor Diretor. Porém, foi premiado apenas em três categorias: Melhor Fotografia, Melhores Efeitos Visuais e Melhor Direção de Arte.

Em entrevistas, Cameron afirma que queria, em *Avatar*, trabalhar com um “conjunto de paixões”, que une seus interesses em biologia, tecnologia e ambientalismo. Para isso, buscou diversas estratégias com o intuito de tornar sua mensagem mais realista. A língua falada pelo povo Na'vi possui mais de mil vocábulos e foi criada com a ajuda de Paul Frommer, linguista da Universidade do Sul da Califórnia. Já as plantas possuem classificação e fazem parte de um complexo ecossistema que foi elaborado com a ajuda de botânicos e biólogos⁶. Tais aspectos demonstram a preocupação do cineasta em tornar o filme o mais próximo possível da realidade de quem o assistiria, demonstrando que buscava estabelecer uma metáfora rica em laços empáticos (KRZARNIC, 2015).

³ Avatar se tornou líder de bilheteria em 2009 ao superar Titanic e chegar a quase 3 bilhões de dólares em receita. Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Avatar_\(filme\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Avatar_(filme)) em 30/08/2016.

⁴ <http://super.abril.com.br/tecnologia/uma-saga-de-15-anos/>. Acesso em 20/11/2016

⁵ <https://www.tecmundo.com.br/filmes/3262-as-novas-tecnologias-do-filme-avatar.htm>. Acesso em 20/11/2016

⁶ <https://www.tecmundo.com.br/filmes/3262-as-novas-tecnologias-do-filme-avatar.htm>. Acesso em 20/11/2016.

A partir das intencionalidades de Cameron, seguimos em direção a um olhar sobre o filme em si, buscando também perceber que a intenção da produção pode ser percebida nos elementos que emergem do meio fílmico.

2. Do que estamos falando?

Partimos da ideia de que os filmes, enquanto construtos simbólicos, são possuidores de potencialidades para gerar acionamentos emocionais e empáticos. E, por ter tais potencialidades, entendemos o filme como gerador de transformações, tanto no nível individual, quanto no coletivo.

O médico Deepak Chopra e o neurocientista Rudolph E. Tanzi afirmam que “um bom filme é o bastante para causar grandes transformações no sistema nervoso”. De acordo com os autores, ao vivenciarmos as emoções dos personagens e nos envolvermos com os acontecimentos, como um beijo apaixonado ou uma luta eletrizante, criam-se efeitos que são permanentes, pois “sob o ponto de vista do neurônio, nenhuma dessas experiências é irreal. Elas são reais porque seu cérebro mudou” (CHOPRA; TANZI, 2013, p. 267).

O nosso cérebro muda diante da experiência que vivenciamos, mesmo que saibamos, conscientemente, que é “apenas um filme”. Segundo o psicólogo Skip Dine Young, vivenciamos uma experiência empática que altera a maneira como nos relacionamos com a história e, conseqüentemente, determina o nosso nível de envolvimento com um filme. Isso acontece porque a identificação não é um processo neutro, “nós sentimos certas coisas quando nos identificamos com diferentes personagens. Sentimos empatia⁷ por eles e vivenciamos um leque de emoções” (YOUNG, 2014, p.125).

Ao nos identificarmos com os personagens, criamos uma relação afetiva com a história e nos permitimos vivenciar emoções. Aqui, entendemos a emoção como disposição corporal dinâmica que coloca o sujeito em estados específicos de ação (MATURANA, 2009), que pode ocorrer tanto diante de situações reais quanto irrealis, desde que algo afete o bem-estar para melhor ou para pior (DAMÁSIO, 2000). Sendo

⁷ Empatia: “[...] é a arte de se colocar no lugar do outro por meio da imaginação, compreendendo seus sentimentos e perspectivas e usando essa compreensão para guiar as próprias ações” (Roman Krznaric, 2015).

assim, as emoções podem ser evocadas tanto diante de um estímulo real quanto de uma imaginação ou mesmo projeção, como um filme, por exemplo. Quando uma pessoa está diante da tela, ela se submete a estímulos que podem acarretar em processos tão intensos quanto aos movimentos reais vividos no cotidiano.

As emoções, portanto, são acionadas basicamente por estímulos sensoriais, cuja significação pode ter tanto uma base instintiva, ancestral e universal quanto uma base cognitiva, aprendida e condicionada (EKMAN, 2011). O psicólogo Paul Ekman (2011), em mais de 40 anos de pesquisa, identificou um grupo de emoções básicas, definidas como tristeza, raiva, medo, surpresa, aversão, desprezo e alegria. Em seus testes, o autor percebeu que conseguimos identificar facilmente a emoção que outra pessoa está sentindo através de suas expressões faciais.

Além disso, segundo o autor, existem duas formas de gatilhos para o acionamento emocional. A primeira é universal, desencadeando, através do mesmo gatilho, emoções em todos os seres humanos. Já a segunda é particular e remete às experiências de vida de cada indivíduo em particular. Faz parte do processo de aprendizagem e associação (EKMAN, 2011).

Ao longo da nossa vida, vamos adicionando aos eventos universais inúmeros eventos particulares, formando uma espécie de “mapa emocional” que guia as nossas ações e reações perante os estímulos. Essa formação emocional acontece sem que nos demos conta de como tudo está sendo elaborado. Na maioria das vezes, não sabemos, conscientemente, quais são os gatilhos que acionam nossas emoções. Na verdade, muitas de nossas experiências se dão no campo da inconsciência e só possuímos acesso aos resultados, não aos processos, visto que, “iríamos ficar tão ocupados que nunca conseguiríamos perceber o que quer que fosse, se precisássemos fazer tudo com uma concentração intencional” (LEDOUX, 2011, p. 23-24). Dessa forma, nosso “mapa emocional” vai se formando e reformulando ao longo da vida, independente de nosso conhecimento dele.

E vai ser esse mapa de gatilhos emocionais e experiências que norteará nossas significações em relação aos signos disponíveis nos construtos simbólicos. Isso ocorre através de um movimento de projeção-identificação, visto que “só num processo de projeção é susceptível identificar as sombras com coisas e seres reais” (MORIN, 1980,

p. 86). Ou seja, é só no momento em que o ator individual coloca seu mapa em relação com os signos que eles passam a fazer sentido.

Mas, ao mesmo tempo em que formamos um mapa individual, conforme já citado acima, também possuímos gatilhos emocionais universais. E é a partir do conhecimento de tais características universais que o filme atua, buscando, através de estratégias, engajar ao máximo sua plateia. Ao longo de anos de pesquisa, Ekman (2011) identificou que nossas expressões faciais são universais, ou seja, nossas emoções são expressas em nosso rosto da mesma forma, seja no Brasil ou no Japão, em uma megalópole ou em uma tribo indígena. E, considerando que expressamos da mesma forma, também reconhecemos facilmente a expressão das emoções no outro. É essa capacidade, segundo Young (2014), que é essencial para a conexão rápida que estabelecemos com os filmes, por exemplo.

Além da estratégia de focar nas expressões faciais, através de planos e enquadramentos, Young também apresenta algumas outras, como o contexto, que se expressa na conexão/coerência entre causa e efeito. O espectador espera perceber uma relação lógica, que faça sentido, entre o acontecimento e a sua causa. Segundo o autor, o movimento, possibilitado pela sequência de imagens, é um fator que potencializa a conexão com o filme. Outra estratégia está ligada aos ângulos, ou seja, aos planos e enquadramentos, bem como à disposição dos elementos em cena, que são planejados sempre com o objetivo de criar sensações, emoções e significações específicas.

O acionamento de memórias afetivas também contribui para o processo. Ou seja, a possibilidade de criar, a partir da projeção de experiências análogas, condições para que os espectadores busquem relação entre suas experiências, os personagens e histórias é um potencializador do grau conectivo. A transparência em relação às motivações também é outro elemento importante, possibilitando que se saiba o que está por trás das ações tomadas pelos personagens em cena.

Em se tratando das expressões faciais, temos o ângulo de câmera chamado *close-up*, que, por ser um plano bem fechado e focado no rosto dos personagens⁸, permite que o espectador reconheça a emoção existente, possibilitando a identificação e empatia com os personagens e, conseqüentemente, com toda a narrativa fílmica.

⁸ O Close não é feito apenas nos rostos de personagens, mas, devido ao foco que estamos dando, assim usamos.

Portanto, para a breve análise proposta a seguir, é importante entender que partimos de acionamento emocionais e processos empático que são possibilitados a partir do uso de estratégias na produção dos filmes e expressos através da obra em si. Ou seja, mesmo que existam intenções da produção ao usar as estratégias, o filme sempre será algo além, ganhando certa autonomia em relação ao que se espera quando de sua criação.

3. Como o que falamos se apresenta material e sensivelmente?

Para que possamos perceber a presença de acionamentos emocionais e processos empáticos, empreendemos um movimento de análise, inicialmente, de dez cenas do filme *Avatar*⁹, consideradas, em materiais disponíveis online e em conversas informais com espectadores, como sendo as mais lembradas. Consideramos que tais cenas são as que, de algum modo, mais marcaram, e, portanto, podem ser pensadas como as que criaram maior engajamento emocional e empático.

Porém, pela quantidade de material recolhido e analisado, um recorte foi feito e apenas a análise mais detalhada de duas cenas será apresentada a seguir. Lembrando que o foco está em mostrar como são percebidas cada umas das dimensões apresentadas por Young (2014), estas vistas como potencialidades para a conexão dos espectadores com os filmes.

CENA 1 – Queda da árvore - lar dos Na'vi



Fonte: Imagem retirada do filme Avatar (2009)

⁹ Alguns lugares que apresentam listas com as cenas mais lembradas de Avatar: <<http://avatarblog.typepad.com/avatar-blog/2010/05/top-5-avatar-movie-scenes-avatar-fan-favorites-.html>>. Acesso em 25/11/2016. <<http://marketsaw.blogspot.com.br/2009/12/6-scenes-in-avatar-that-deliver-best.html#.WFM4HPkrLIU>>. Acesso em 26/11/2016.

A primeira cena analisada mostra os humanos derrubando a árvore que serve de moradia para os nativos por acreditarem que abaixo dela se encontra a maior reserva de metais valiosos de Pandora. Nela, o exército invasor atira contra o tronco da gigantesca árvore, obrigando os nativos a fugirem das chamas e dos escombros em queda. A cena encerra com choro e uma grande comoção no povo Na'vi, que testemunha a destruição de seu lar. Mas, além disso, alguns humanos que acompanham a ocorrência através de monitores, também expressam tristeza e contrariedade frente ao acontecimento.

Abaixo, apresenta-se um quadro, dividido com base nas estratégias apontadas por Young (2014), onde busca-se demonstrar como a cena analisada aborda cada uma delas.

Quadro 1: Estratégias para acionamento emocional e empático

Elementos	Filme
Contexto	Olhares assustados em relação à árvore caindo (lar); Mudança no som quando a árvore termina de cair; Choro diante da árvore caída; Até os invasores demonstram expressões faciais de tristeza diante do acontecimento
Movimento	Povo correndo e gritando; Música auxiliando na dramaticidade
Ângulos	Alternância de ângulos da árvore em chamas e começando a cair
Memórias afetivas	Perda de algo importante; Violência; Força e poder; Dominação.
Motivação	Humanos: derrubar a árvore para acessar a maior reserva de minerais de Pandora (Cel. Miles - Parker); Nativos: Correr para se salvar; Ajudar uns aos outros
Expressões Faciais	Tristeza, Espanto, Medo, Raiva

Fonte: Elaborado pela autora

Seguindo a análise, apresenta-se, no quadro abaixo, uma lista de possibilidades de experiências análogas, ou seja, fatos que podem ser acionados, remetidos, lembrados por aproximação com acontecimentos abordados na cena do filme. Assim, não se trata de identificar experiências idênticas, mas sim que remetam às mesmas sensações, mesmo em escalas diversas. Por exemplo, quando os nativos fogem da árvore que cai em chamas, tal experiência pode remeter, no espectador, à uma experiência sua,

particular, de quando ele fugiu de algum perigo iminente. Dessa forma, não se trata da mesma situação, mas de situações similares que necessitam de ações em resposta, também semelhantes.

Quadro 2: Experiências análogas ao filme

Experiências análogas às expressas no filme

Fugir de um perigo – buscar segurança

Se sentir impotente em relação a algum acontecimento

Perder algo importante

Se compadecer com a perda de alguém

Sentir raiva de uma injustiça

Fonte: Elaborado pela autora

Analisada a primeira cena, apresentando tanto as estratégias que visam acionar, emocionalmente, os espectadores, quanto as experiências análogas, potencialmente empáticas, segue-se para a análise da segunda cena escolhida.

CENA 2 – Morte de Greice



Fonte: Imagem retirada do filme Avatar (2009)

A segunda cena analisada foca na personagem Greice, uma cientista humana que estuda os nativos e que atingida por um tiro ao fugir para tentar protegê-los. Ela já se encontra bastante debilitada e os nativos tentam salvá-la recorrendo à Eywa, entidade que se expressa em *Avatar* como um ser que pulsa através de cada elemento da natureza de Pandora. Da mesma forma que na análise da cena anterior, quadro abaixo apresenta,

nas divisões propostas por Young (2014), as estratégias para acionamento emocional, empregadas.

Quadro 3: Estratégias para acionamento emocional e empático

Elementos	Filme
Contexto	Tentativa de salvamento; Povo “conectado” à Árvore das Almas; Luzes se apagam com a morte da personagem e o som acompanha
Movimento	Movimento coreografado, simétrico (ritual); Pulsar visual e sonoro; Movimentos que remetem a algo existente, mas invisível
Ângulos	Ângulos que focam a conexão do povo (corpo e natureza); Close nas expressões faciais dos personagens
Memórias afetivas	Perda de alguém importante
Motivação	Salvar a vida de Greice
Expressões Faciais	Tristeza, Admiração, Divertimento, Alívio/Contemplação

Fonte: Elaborado pela autora

Na sequência, o quadro abaixo demonstra que a cena também possibilita a projeção de experiências por parte dos espectadores, através de analogia com os elementos apresentados na cena em questão. Com os detalhes da cena, mais o acionamento de memórias nos espectadores, é possível, através de empatia, que estes vivenciem emoções semelhantes às expressas no filme.

Quadro 4: Experiências análogas ao filme

Experiências análogas às expressas no filme
Se sentir conectado a algo
Ter esperança
Querer ajudar alguém
Perder alguém importante

Sentir a presença de algo invisível

Fonte: Elaborado pela autora

4. O que percebemos?

Mesmo com a apresentação formal das análises de apenas duas cenas, este fechamento também vai considerar as percepções que surgiram na análise das outras oito cenas, que totalizam o recorte inicial de dez cenas a serem analisadas para a dissertação de mestrado. O critério para escolha das duas cenas apresentadas aqui é informal e se baseia no número de citações das mesmas nas respostas recebidas em conversas com pessoas que assistiram ao filme. A maioria das pessoas entrevistadas citou elementos que remeteram às cenas em questão. Trata-se, portanto, não de fazer conclusões, mas de apontar algumas sensações preliminares em relação às tentativas seguir um percurso metodológico para análise, buscando fazer uma junção entre a empiria e a teoria.

Assim, inicialmente, percebeu-se que é necessário a realização de um grande esforço, para identificar o melhor caminho a ser seguido e que, conseqüentemente, aproximará dos objetivos iniciais pretendidos. Além disso, é importante lembrar que o esforço de análise empreendido tinha como ponto de partida dois objetivos: examinar rastros/marcas referentes à experiências empáticas em relação ao filme; e identificar gatilhos emocionais presentes na obra e que podem acionar processos emocionais e empáticos.

Para nos aproximarmos dos objetivos, seguimos as perspectivas teóricas referentes aos acionamentos emocionais (EKMAN, 2011; DAMÁSIO, 2000; MATURANA, 2009; CHOPRA; TANZI, 2013) e aos processos empáticos (KRZARNIC, 2015; MORIN, 1980) buscando identificá-los com base nas estratégias de envolvimento presentes nos filmes (YOUNG, 2014). Para cada cena, um quadro foi criado, apontando cada uma das dimensões listadas por Young, que são: Contexto, movimento, ângulos, memórias afetivas, motivação e expressões faciais. Além disso, levando em consideração a criação de laços empáticos, um segundo quadro, derivado da estratégia “memórias afetivas”, aponta para experiências análogas, ou seja, possíveis situações reais que os espectadores já passaram e que ajudaria no processo de projeção-identificação (MORIN, 1980).

Diante do exposto, percebe-se que o filme *Avatar*, através de elementos estéticos e narrativos, se apropria de todas as estratégias apontados por Young (2014). O filme, como produto agente, pretende, desta forma, acionar emoções em seus espectadores, bem como a geração de empatia.

Tal fato vai de encontro à abordagem de Grodal (1999) que cita a “*it follows that the filme-viewing experience must be described as a process, a mental flow, with bodily reactions as sounding boards*”¹⁰. Assim, o meio fílmico dará de si, em forma de estratégias já citadas, esperando por um retorno do espectador que, para o autor acontece diante da capacidade que este tem de simular mentalmente a situação vivida pelos personagens, compreendendo suas motivações, objetivos e estratégias, e reagindo emocionalmente a elas.

Porém, isto não significa que todas as pessoas sigam o mesmo fluxo, pois os filmes apelam para a emoção do espectador através de “*an invitation to feel*” (*um convite para sentir*) Smith (2006) que pode ser aceito ou não pela audiência. Dessa forma, o espectador pode escolher se conectar ou não ao filme. E esse “aceitar o convite” está ligado a diversos aspectos, como habilidades (tecnológicas ou sociais), contexto ao qual pertence, comprometimento com o filme, identificação com as realidades apresentadas, processos de acionamento da memória, entre muitos outros. Mesmo que o foco, aqui, não seja o de analisar as variáveis nas apropriações que os atores individuais fazem do produto fílmico, este será um objetivo no trabalho final de dissertação e também é um tema importante a ser discutido em um novo artigo.

Mas, por fim, pode-se inferir que o objetivo de Cameron, de criar engajamento real a partir da experiência fílmica pode torna-se real, levando em consideração a percepção de que as emoções são estados para ação (MATURANA, 2009). Ou seja, “quando estamos sob determinada emoção, há coisas que podemos fazer e coisas que não podemos fazer, e que aceitamos como válidos certos argumentos que não aceitaríamos sob outra emoção” (MATURANA, 2009, p.15). Dessa forma, o grande determinante para uma tomada de decisão, talvez, não seja apenas o acionamento emocional, visto que este sempre ocorre previamente às elaborações racionais (DAMÁSIO, 2011), mas sim a emoção acionada. Isto considerando que cada emoção vai possibilitar diferentes estados para ação, ou seja, quando o filme promove um

¹⁰ A experiência de assistir a um filme deve ser descrita como um processo, um fluxo mental, com reações corporais ocorrendo como numa caixa de ressonância.

acionamento da emoção da tristeza, ele cria possibilidade de ação bem diferentes das que cria quando aciona a emoção da raiva, do medo ou da alegria.

Referências:

DAMÁSIO, António. **O mistério da consciência: do corpo das emoções ao conhecimento de si**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

EKMAN, Paul. **A linguagem das emoções**. São Paulo: Lua de Papel, 2011

FAUSTO NETO, A. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, A; VALDETTARO, S (org.). **Mediatización, sociedad y Sentido: diálogos entre Brasil y Argentina**. Rosário: Universidad Nacional de Rosário, 2010, p. 2-15.

FERREIRA, Jairo. Adaptação, disrupção e regulação em dispositivos midiáticos. **Matrizes** – USP, 2016. Disponível em <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/24292>>. Acesso em 04/12/2016.

GRODAL, Torben. **Emotions, Cognitions and Narrative Patterns in Film**. In: PLANTINGA, Carl R.; SMITH, Greg (Ed.). *Passionate Views: Film, Cognition and Emotion*. Baltimore, Maryland: The John Hopkins University Press, 1999, p. 127-145.

KRZYNARIC, Roman. **O poder da empatia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

LEDOUX, Joseph. **O Cérebro emocional: Os misteriosos alicerces da vida emocional**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.

MATURANA, Humberto. **Emoções e linguagem na educação e na política**. Belo Horizonte: Editor UFMG, 2009.

MORIN, Edgar. **O cinema ou o homem imaginário**. Lisboa: Moraes Editores, 1980.

SMITH, Greg. **Film Structure and the Emotion System**. New York: Cambridge University Press, 2003.

VERÓN, Eliseo. Los públicos entre producción y recepción: problemas para una teoría de reconocimiento. **Curso da Arrábida: Público**, Televisão, 2001.

YOUNG, Skip Dine. **A psicologia vai ao cinema: o impacto psicológico da sétima arte em nossa vida e da sociedade moderna**. São Paulo: Cultrix, 2014