Sobre acionamento emocional e elementos empáticos no processo de circulação do filme *Avatar*

Fernanda Elisa Locatelli [2]

Palavras-chave: Midiatização; circulação; experiência fílmica; emoções; empatia.

RESUMO EXPANDIDO

O trabalho proposto é parte de um projeto de pesquisa que tem como objetivo compreender a dimensão dos acionamentos emocionais e dos processos empáticos na circulação. Nesse sentido, busca-se, na interface com a neurociência, psicologia e ciências sociais, analisar as emoções buscando transcende os limites entre o biológico, o psíquico e o social.

Como objeto que possibilita o desenvolvimento do trabalho encontra-se o filme de ficção científica *Avatar*[3], do cineasta, produtor, roteirista e editor canadense James Cameron. Carregado de tecnologia, *Avatar* possui como cenário uma lua chamada Pandora, onde humanos e Na'vis (nativos humanoides) lutam pelos recursos do planeta e a continuação da existência da espécie nativa. O filme foi nomeado em nove categorias do Oscar, sendo premiado em três: Melhor Fotografia, Melhores Efeitos Visuais e Melhor Direção de Arte.

Cameron possui grande envolvimento com questões sociais e ambientais, as quais também recebem destaque em suas produções[4]. O diretor afirma que, tanto *Titanic* (1997) quanto *Avatar* (2009) são metáforas sobre o meio ambiente, buscando, através da empatia, o envolvimento do público com assuntos que julga de essencial importância para toda a humanidade.

> Estamos tentando é engajar os jovens através de uma forma de entretenimento, algo com que eles possam relacionar ao tema e através disso, possam ter uma experiência de aprendizado e também um aumento de consciência. E, idealmente, o truque aqui é conectá-los a alguma ação tangível e real e que faça a diferença (CAMERON, 2010)[5].

[2] Instituição: Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)

[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) em 30/08/2016.

[4] Exemplos de notícias que exaltam o perfil ambientalista de James Cameron. Disponível em http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/05/james-cameron-de-avatar-cria-paineis-solares-em-forma-de-girassol.html e em http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/cultura/cineasta-ambientalista-james-cameron-forum-internacional-sustentabilidade-manaus-544823.shtml em 16/08/2016.

[5] Entrevista com James Cameron realizada durante o Fórum Internacional de Sustentabilidade, em Manaus. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=tWB5t3GLzWE em 16/07/2016.

A fala de Cameron, demonstra que o cineasta pretende, através de um construto simbólico, estimular ações/comportamentos reais. As palavras "engajar", "relacionar" e "conectá-los" evidenciam a dimensão da empatia, apontada por Krznaric (2015) como a capacidade de nos colocarmos no lugar de outra pessoa, compreendendo seus sentimentos e perspectivas e as usando para nortear nossas ações. A empatia, portanto, requer envolvimento emocional e o envolvimento emocional requer capacidade de empatia.

Além das intenções de Cameron, apontadas no exemplo acima e em demais materiais online, também temos o meio fílmico, que é carregado de estratégias para acionamento emocional e empático. Algumas delas, citadas por Young (2014) são as expressões faciais (EKMAN, 2011) dos personagens, o conhecimento de suas motivações e contexto, os enquadramentos, planos e movimentos de câmera, o uso de um enredo arquetípico (Jung), o emprego de experiências vivenciadas pelos personagens análogas às já vivenciadas pelos espectadores (memórias afetivas), a trilha sonora etc. Assim, de forma estética ou narrativa, o filme busca acionar emoções e alcançar uma relação de empatia com o público.

Para situar, a emoção é um dispositivo psíquico-físico que coloca o sujeito em estados específicos de ação e que podem ocorrer tanto diante de situações reais quanto irreais, desde que algo afete nosso bem-estar para melhor ou para pior (DAMÁSIO, 2000). É acionada basicamente por estímulos sensoriais, cuja significação pode ter tanto uma base instintiva, ancestral e universal quanto uma base cognitiva, aprendida e condicionada (EKMAN, 2011). Tal afirmação surge de mais de 40 anos de pesquisa e com diferentes culturas, onde Ekman (2011) 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. Essa capacidade[6], segundo Young (2014) seria essencial para a conexão rápida que estabelecemos com os filmes, por exemplo.

Em perspectiva semelhante, a experiência fílmica é vista como um fluxo mental com acionamentos corporais, sendo que um dos principais elementos que permitem a conexão é a capacidade que o espectador tem de se identificar com o personagem por meio de mecanismos de empatia (GRODAL, 1999). Porém, mesmo que existam tais mecanismos e que eles sejam acionados durante o filme, isto não é garantia de que as intenções da produção serão correspondidas na apropriação do material. Isto porque o

[6] Segundo Damásio (2000), uma pequena parcela (menos de 2%) da população é incapaz de reconhecer uma ou mais emoções devido a alterações cerebrais.

meio fílmico apresenta potencialidades que podem ser elaboradas de maneira bastante variada pelos espectadores, acarretando em um leque de significações a partir de cada elemento disponível. Nesse sentido, o processo se apresenta como repleto de instabilidades e incertezas, próprias dos processos comunicacionais na sociedade em vias de midiatização (FERREIRA, 2016).

Diante das instabilidades e incertezas que envolvem o processo comunicativo, Braga (2012) aponta que, quando se trata de valores simbólicos e da produção e recepção de sentidos, o mais importante é a circulação que se desenvolve posterior à recepção. Dessa forma, o espaço que se cria após a experiência fílmica com *Avatar*, em um "fluxo adiante", transparece as diversas apropriações e ressignificações dos atores individuais elaboradas a partir dos estímulos do filme (BRAGA, 2012). E, mesmo que nesse momento de análise os elementos possam estar mais elaborados, ou seja, não são as emoções imediatas da sala de cinema, é possível identificar tanto raízes emocionais mais iniciais, quanto processos de ressignificação emocional, referentes ao confronto do filme com a realidade (MARCONDES FILHO, 2016).

Nesse sentido, é realizado um movimento de sondagem, observando materiais disponíveis online e percebendo, dentro do fluxo de incertezas, pontos de convergência e/ou grupos de reconhecimento, onde atores se apresentam conectados ao filme e entre si em uma espécie de compartilhamento apresentado aqui em forma de figuras (Barthes) que são incentivadas por *Avatar*. Dessa forma, o filme é visto como mobilizador de movimentos sociais empreendidos tanto em favor como contra ele, mas que demonstram sempre um nível de engajamento.

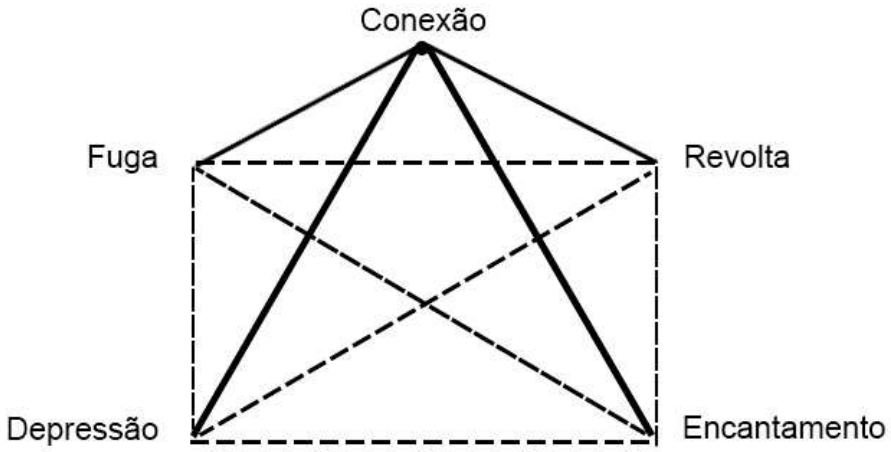
Por isso, por demandar um nível de engajamento, necessário para que o ator tome uma ação real online, é que a primeira figura, chamada de ***Conexão***, é percebida como uma metafigura. Ela se apresenta como potencial para que uma ação surja, mesmo que esta demonstre posição contrária ao filme. Ou seja, a conexão não diz respeito apenas a identificação com o filme, mas pode remeter a uma relação até mesmo com algo externo a ele, mas lembrado por ele (analogias, memórias afetivas). É importante destacar que nem todas as pessoas que estabelecem laços empáticos compartilham materiais online, mas dificilmente uma pessoa que não tenha estabelecido algum tipo de conexão se sentirá engajada para compartilhar.

Assim, a conexão, vista como processo empático, se apresenta como princípio básico para o surgimento de outras figuras. Ela é percebida tanto nas intencionalidades da produção, quanto presentes nos elementos constitutivos do filme e também nas

apropriações realizadas pelos diferentes atores. Dizer que há um processo de empatia não significa dizer que o significado almejado pela produção é reconhecido na apropriação do filme, mas sim que há processos de empatia, independente do direcionamento.

A partir da metafigura ***Conexão***, surgem as figuras ***Fuga***, ligada ao estímulo emocional do medo; ***Revolta***, ligada à raiva; ***Depressão***, estimulada pela tristeza e ***Encantamento***, pela alegria. Tais emoções são definidas tanto por Ekman (2011), quando por Damásio (2012) como emoções básicas. E aqui entende-se as emoções e os sentimentos como fatores essenciais para a razão, visto que fazem parte de um mesmo sistema, onde corpo e mente estão indissociavelmente ligados (DAMÁSIO, 2012). Dessa forma, o acionamento emocional é parte operante na decisão de ação/comportamento dos atores. Tal proposição encontra respaldo em Maturana que defende que, quando há uma mudança de emoção, há uma mudança de domínio da ação. "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).

As figuras acima citadas foram identificadas na análise de materiais que compreendem matérias sobre o filme, críticas especializas (sites de cinema), críticas individuais e comentários de espectadores. Desse primeiro olhar surge o esquema visual abaixo, que demostra também o potencial variável dos elementos emergentes, visto que se trata de processos emocionais que podem operar ressignificações (linhas pontilhadas) contínuas em todas as direções, mas sempre ancoradas no processo empático, que é o que possibilita os acionamentos emocionais (linhas sólidas). Ou seja, um ator social pode empreender uma experiência empática inicialmente ligada à emoção da raiva (***Revolva***) e ser seguida por um estado emocional de tristeza (***Depressão***). Depois de vivenciar a tristeza, ele também pode ressignificar sua experiência e voltar para um estado neutro emocionalmente ou mesmo de alegria (***Encantamento***). Mas cada uma dessas alterações só será possível com um processo empático que gere a alteração emocional através de algum estímulo simbólico adicionado a experiência já em andamento.



Fonte: Elaborado pelo autor

Por fim, o trabalho apresentado tem como objetivo propor um breve olhar, sem qualquer pretensão de esgotamento, sobre o potencial dos acionamentos emocionais e das experiências empáticas na nova ambiência (GOMES, 2005) de uma sociedade atravessada pelas mídias.

Referências

BRAGA, José Luiz. *Interação como contexto da comunicação*. Matrizes, São Paulo, ano 6, n.1, p. 25-41, jul./dez. 2012a.

_____. *Circuitos versus campos sociais*. In: MATTOS, Maria Ângela; JEDER, Janotti Junior; JACKS, Nilda (Org). **Mediação & Midiatização**. Salvador: Compós-EDUFBA, 2012. p. 31-52.

CAMERON, James. **Entrevista no Brasil.** Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=tWB5t3GLzWE Disponível em 16/07/2016.

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

_____. **O erro de Descartes: Emoção, razão e o cérebro humano**. 3.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2012

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, 2010b, p. 2-15.

FERREIRA, Jairo. **Adaptação, disrupção e regulação em dispositivos midiáticos**. Matrizes – USP, 2016.

_____. **A construção de casos sobre a midiatização e circulação como objetos de pesquisa: das lógicas às analogias para investigar a explosão das defasagens**. Galáxia (PUCSP), 2016.

GOMES, Pedro G. **O processo de midiatização da sociedade**. Paper/Unisinos. São Leopoldo, 2005. Disponível em https://rolandoperez.files.wordpress.com/2009/02/midiatizacao-da-sociedade-pedro-gilberto-gomez.pdf. Acesso em 22.07.2016

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.

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

MARCONDES FILHO, Ciro. SOBRE O TEMPO DE INCUBAÇÃO NA VIVÊNCIA COMUNICACIONAL. Trabalho apresentado ao GT Epistemologia da Comunicação da Compós (Goiás). 2016. Disponível em http://www.compos.org.br/biblioteca/textocomautor_3350.pdf. Acesso em 22.07.2016.

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

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