

## **Uso do Cinema em Sala de Aula: O que os alunos pensam sobre isto?<sup>1</sup>**

Sergio dos Santos CLEMENTE JÚNIOR<sup>2</sup>

Escola de Comunicações e Artes  
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

### **RESUMO**

O Cinema em sala de aula tem sido alvo de estudos do pesquisador desde o ano de 2010 quando apresentou a sua primeira experiência com a animação Lilo & Stitch para explicar a teoria sobre os Domínios da Hospitalidade (CLEMENTE JÚNIOR, 2011). De lá para cá foram desenvolvidas experiências com os filmes “Click” para discutir Conflitos (CLEMENTE JÚNIOR, 2013), “Vem Dançar” para discutir Concorrência (CLEMENTE JÚNIOR, 2017), “Avatar” para discutir “Dado, Informação e Conhecimento”, “Espelho, Espelho Meu” e “Branca de Neve e os Sete Anões” juntos, para a Análise do Discurso, e “Pinóchio” para discutir “Los Falsos Amigos” no estudo da Língua Espanhola. Nesta ocasião, o autor apresenta os resultados de uma pesquisa que buscou identificar a percepção dos alunos quanto ao uso do cinema como ferramenta de ensino e sobre a maneira como a metodologia tem sido aplicada.

**PALAVRAS-CHAVE:** Metodologia de Aula em Publicidade; Cinema em Sala de Aula; Experiência Docente; Visão do Aluno.

### **INTRODUÇÃO**

Sabe-se que é função do professor a busca de novas formas de apresentar os conteúdos que devem ser ministrados em sala de aula de maneira mais agradável e estimuladora, como bem já nos ensinou Bordenave e Pereira (1993), quando afirmaram que é parte

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP de Publicidade e Propaganda, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes – ECA – USP. Mestre em Hospitalidade – Universidade Anhembi Morumbi (UAM) – SP. Pós-Graduação em Administração Hoteleira (SENAC) – SP. Pós-Graduação em Comunicação de Marketing (UAM) – SP. Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda (UAM) – SP, Licenciado em Letras Português e Espanhol (UNICSUL) - SP. Professor Universitário. e-mail: [sergio\\_clemente@ig.com.br](mailto:sergio_clemente@ig.com.br).

---

integrante da atividade do professor a escolha adequada de atividades de ensino e de como elas devem ser apresentadas. O uso do cinema como ferramenta de aula não é uma prática recente (BUENO, 2014), mas a questão que se discute é em como ele deve ser usado para que se torne efetivamente uma metodologia de aula.

A experiência do autor com o uso do cinema em sala de aula iniciou-se em 2010 com a apresentação da animação Lilo & Stitch, dos Estúdios Disney para o trabalho com os Domínios da Hospitalidade, teoria que deveria ser trabalhada com alunos de turismo e hotelaria. Esta experiência foi apresentada no INTERCOM Sudeste em 2011 (CLEMENTE JÚNIOR, 2011). Em 2013 foi a vez do filme Click, de Adam Sandler ser trabalhado para explicar a teoria sobre conflitos, neste caso para os alunos de administração e recursos humanos, sempre nas cadeiras ligadas à comunicação, que foi apresentada e discutida no IV PROPESQ-PP (CLEMENTE JÚNIOR, 2013). E por fim, o filme “Vem Dançar” foi utilizado em 2017 para discutir as teorias que envolvem a Concorrência, nos cursos de gestão de marketing, publicidade e propaganda, e administração, apresentado no INTERCOM Nacional em 2017 (CLEMENTE JÚNIOR, 2017).

A proposta envolve ainda a utilização dos filmes “Avatar” para discutir das teorias sobre “Dado, Informação e Conhecimento”, do filme “Espelho, Espelho Meu” e da animação “Branca de Neve e os Sete Anões” juntos, para discussão sobre a Análise do Discurso, e da animação “Pinóchio” para discutir “Los Falsos Amigos” no estudo da Língua Espanhola, e “O Diabo veste Prada” para tratar das teorias de liderança e motivação.

Nesta ocasião, o autor traz como contribuição ao INTERCOM Nacional a apresentação dos resultados de uma pesquisa que buscou identificar a percepção dos alunos quanto ao uso do cinema como ferramenta de ensino em sala de aula, e sobretudo sobre a maneira como a metodologia tem sido aplicada.

### **Descrição da Metodologia aplicada**

Entende-se que o cinema deve ser utilizado como filme de exploração, que segundo Bueno (2014), deve o pesquisador selecionar o maior número possível de informação para a observação da obra cinematográfica escolhida.

---

Desenvolvida a partir desta premissa, a metodologia aplicada para o uso do cinema como ferramenta de aula para a explicação teórica em sala de aula propõe aos alunos duas partes previamente estabelecidas e orientadas antes da “sessão pipoca”, a saber: Parte I — Revisão da Literatura sobre a teoria a ser explorada, e Parte II – Ilustração pela cenas do filme da teoria que estamos estudando, seguido das considerações dos alunos pela experiência de observação teórica com o uso do cinema, e sobretudo sobre o entendimento teórico que a atividade os proporcionou.

Dessa forma, em todas estas oportunidades os alunos foram direcionados à leitura de trechos / capítulos teóricos que deveriam ser identificados a partir das cenas dos respectivos filmes. Esse procedimento foi feito pelo menos 20 dias antes da “sessão pipoca”, a fim de dar tempo de leitura e discussão em sala para sanar eventuais dúvidas dos discentes.

No dia da “sessão pipoca” (literalmente com pipoca sempre que foi possível), o filme foi exibido na íntegra, tendo sido os alunos orientados quanto à maneira que deveriam ver a obra cinematográfica, inclusive quanto à necessidade de se fazer anotações ao longo da exibição.

Durante o filme, a proposta orientou os alunos que eles deveriam anotar cenas que representassem, perante o seu entendimento, a teoria estudada previamente. Ao final, deveriam discutir as cenas selecionadas e definir em grupo, as que melhor representassem a teoria que estávamos estudando.

Para esta pesquisa foram novamente trabalhados ao longo do primeiro semestre do ano de 2018 duas obras – “Click” (a alunos do curso de Recursos Humanos) e “Vem Dançar” a alunos dos cursos de Publicidade, Marketing e Administração.

A fim de melhor avaliar a efetividade da proposta metodológica, optou-se por convidar colegas professores para a aplicação em suas respectivas turmas. Isso trouxe também a visão de um outro professor quanto à proposta metodológica em discussão.

---

## Descrição das Obras Cinematográficas Trabalhadas

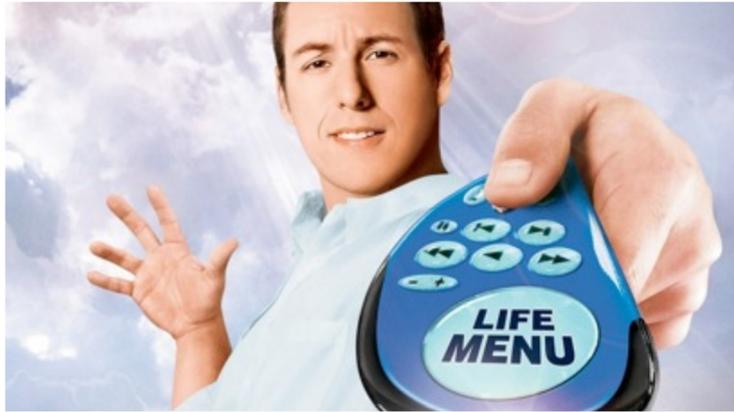


Figura 1:Click

Fonte: Google Imagens, 2018

**Sinopse da Obra:** Arquiteto dedicado ao trabalho, Michael Newman (Adam Sandler) é casado com a bela Donna (Kate Beckinsale), com quem tem um casal de filhos Ben (Joseph Castanon) e Samantha (Tatum McCann). Devido ao trabalho estressante que tem Michael não tem oportunidade de vê-los com frequência, mesmo assim se dedica de maneira singular aos projetos do escritório de arquitetura no qual trabalha 1442 na esperança de que seu chefe mal-agradecido (David Hasselhoff) reconheça sua valiosa contribuição e lhe ofereça sociedade na firma. Michael trabalha na esperança de ter uma vida mais confortável, quando pensa em garantir assim toda a sua atenção à mulher e aos filhos. Pelo menos, isso é o que ele diz para si mesmo. Depois de passar uma noite em claro trabalhando, Michael está exausto e se frustra, quando não consegue sequer descobrir qual dos seus muitos controles remotos liga a televisão. Ele decide, então, sair e comprar um controle universal perfeito para operar todos os seus equipamentos eletrônicos e acaba nos fundos da loja Cama, Banho & Além, onde um funcionário excêntrico - Morty (Christopher Walken) - lhe dá um controle remoto experimental único e turbinado com a garantia de este irá mudar a sua vida. E Morty não estava brincando. Logo, Michael se torna o mestre do seu próprio universo, controlando todos os seus aparelhos com o “click” de um único botão no controle. Mas, fato é que o controle remoto possui funções mais surpreendentes. Ele é capaz de abafar o som dos latidos de Sundance, o cachorro da família e, ainda mais espantoso, adiantar o tempo, poupando-o de uma discussão chata com sua mulher. Michael fica fascinado pelo seu novo brinquedo, mas aos pouco se torna também um pouco assustado. Ele decide fazer outra visita a Morty, o sujeito que lhe vendeu o misterioso controle. Morty diz a Michael que lhe deu exatamente

o que ele pediu - um controle remoto universal que lhe permitia controlar o seu próprio universo. Diante dos olhos espantados de Michael, Morty demonstra as impressionantes funções avançadas do acessório, incluindo uma função que permite a Michael voltar ou adiantar a sua vida em diversas velocidades no tempo. Rapidamente, Michael se torna viciado nessa nova adrenalina de poder, que lhe trouxe múltiplos benefícios. Logo é o controle remoto que passa a programá-lo, e não mais o inverso esperado. E a despeito de todas as suas tentativas, Michael, em pânico, não consegue mais evitar que o acessório decida quais episódios de sua vida ele viverá e quais ele perderá. Só então ele começa a realmente apreciar e aceitar a própria vida, com tudo o que ela tem de melhor e de pior (CLEMENTE JÚNIOR, 2011).

**Teoria Estudada:** A base teórica utilizada foi a teoria sobre as origens do conflito defendida por Carvalhal et al (2009), que apresenta quatro possíveis origens para os conflitos humanos, o conflito intrapessoal, interpessoal, intergrupar e o conflito interorganizacional.



Figura 2: Vem Dançar

Fonte: Google Imagens, 2018

**Sinópsse da Obra:** O filme retrata a dura realidade de uma escola pública de Nova York. Certa noite, ao voltar de uma apresentação de dança de salão de seus alunos, Pierre Dulaine (Antonio Banderas), se depara com uma cena de vandalismo contra um automóvel estacionado diante da referida escola pública. Diante da violência da cena,

---

Pierre, que voltada do evento de bicicleta, pára e se dirige ao agressor com tom de indignação. O rapaz enfurecido (Rock, interpretado por Rob Brown) se assusta e foge, deixando para trás o carro que destruía (soando um alarme estridente), e nele a identificação da proprietária, que pelo crachá funcional era a diretora da Escola (Augustine James, interpretada por Alfre Woodard). No dia seguinte Pierre vai à escola e tenta oferecer ajuda com o que sabe fazer de melhor, ensinar dança de salão, o que foi imediatamente cortado pela diretora, inclusive com ar de ironia. O professor insiste e a diretora acaba por deixá-lo participar em uma atividade que nenhum outro professor da escola queria assumir, a “detenção”. O local era destinado aos alunos que infringiam as regras da escola, como faltar às aulas, depredar o patrimônio, portar de armas e drogas, entre outros delitos. Pierre se depara com um grupo de alunos rebeldes e que estavam ali somente para não serem expulsos da escola. Ao longo de toda a trama, o professor começa uma longa e árdua mudança de postura dos alunos por meio da dança, o que resulta na participação dos meninos em um concurso anual de dança de salão que ocorreu na cidade no final do semestre (CLEMENTE JÚNIOR, 2017).

**Teoria Estudada:** Para o estudo da Concorrência Mercadológica, o pesquisador elegeu Kotler, em sua obra “Administração de Marketing”, datada de 2000 – A Edição do Novo Milênio, publicada pela Editora Pearson.

### **O que nos mostrou a Pesquisa de Campo**

A pesquisa de campo foi aplicada em duas Universidades situadas na cidade de São Paulo<sup>3</sup>.

A primeira (IES-1) foi uma Faculdade de pequeno porte situada na região sul da cidade de São Paulo, que oferece os cursos de Administração, Pedagogia e Recursos Humanos. O professor que aplicou a atividade (Prof.1) tem 12 anos de docência no ensino superior e trabalha nesta IES-1 há 8 anos, nos cursos de Administração e Recursos Humanos.

---

<sup>3</sup> Por não ter sido autorizada a publicação dos nomes das duas Instituições de Ensino Superior, descrevemos as suas características e as identificamos como IES-1 e IES-2. Da mesma forma, para não criar correspondência dos nomes dos docentes que aplicaram as atividades com suas respectivas IES de origens, identificamos os professores colegas como Prof.1 e Prof.2 .

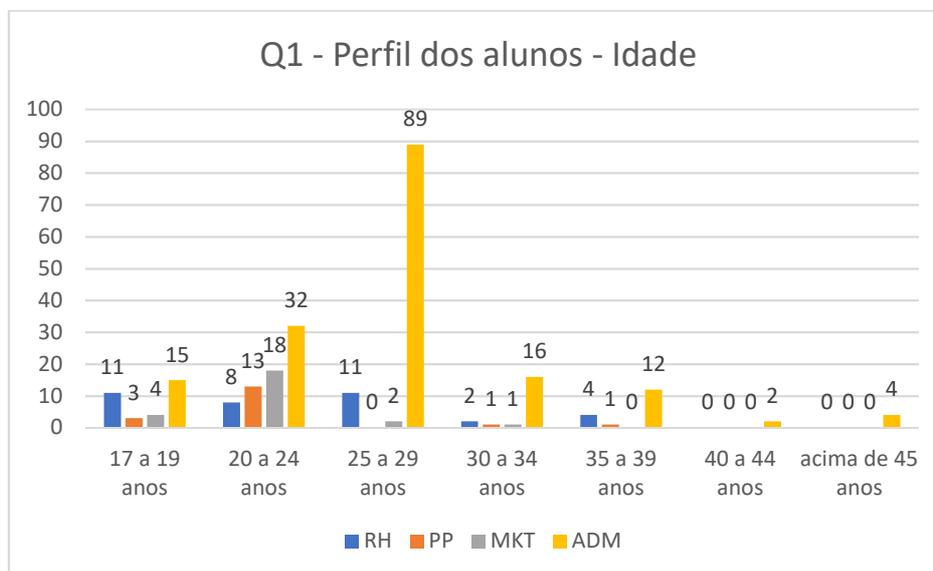
Nesta IES-1 aplicamos a atividade com o filme “Click” a duas turmas do curso de Recursos Humanos totalizando 36 alunos do período noturno.

A segunda (IES-2) foi uma Universidade de grande porte situada em São Paulo com campi nas quatro regiões da cidade e também no interior do estado. Dentre os inúmeros cursos oferecidos por esta Instituição, destacam-se os cursos de Publicidade e Propaganda, Gestão de Marketing e Administração, aos quais foram aplicadas a atividade com o filme “Vem Dançar”. A professora que aplicou a atividade (Prof.2) tem experiência de 4 anos na docência superior e desenvolveu a atividade e respectiva aplicação da pesquisa a 18 alunos do curso de Publicidade e Propaganda, 170 alunos de Administração (divididos em duas turmas) e 25 alunos do curso de Gestão de Marketing, todos do mesmo campi e alunos do período noturno.

Os resultados foram compilados juntando-se todos os alunos para as questões de identificação de perfil (idade e sexo) e também sobre a metodologia aplicada (objetivo, proposta, percepção e compreensão teórica).

Os dois professores que aplicaram as atividades também foram questionados sobre os mesmos quesitos, adicionando-se a pergunta sobre a aplicação da metodologia, cujos resultados são apresentados no final deste relatório.

#### Perfil dos alunos (Q1 – Qual a sua idade?)

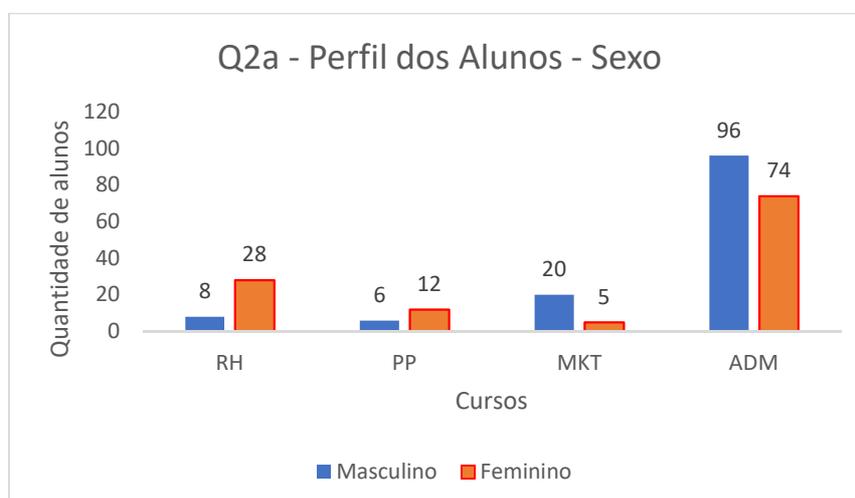


A Q1 indicou que no curso de Recursos Humanos as faixas etárias de 17 a 19, e 25 a 29 anos são predominantes (11 alunos em cada faixa, o que representa, somando-se os dois grupos, 61% da turma). No curso de Publicidade a faixa etária predominante é a de 20 a 24 anos (com 13 alunos = 72% da turma). No curso de Gestão de MKT, a faixa etária predominante também é a de 20 a 24 anos (com 18 alunos = 72% da turma). E por fim, no curso de Administração, a faixa etária predominante é a de 25 a 29 anos (com 89 alunos) seguida da faixa etária de 20 a 24 anos (com 32 alunos), que juntos representam 71,18% da turma.

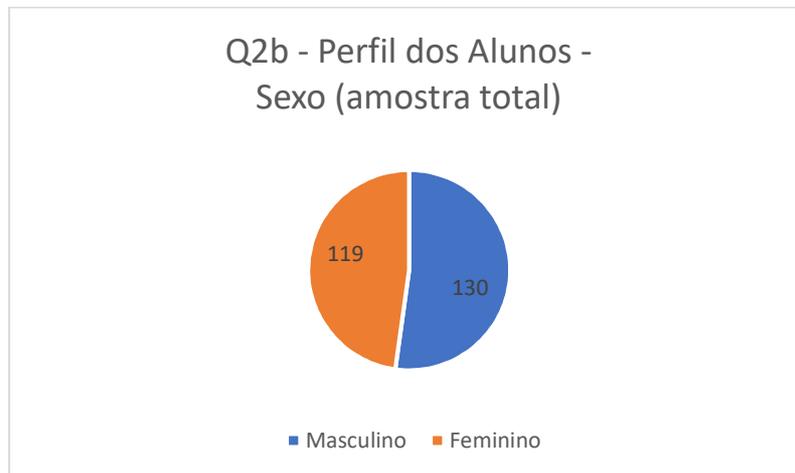
A amostra nos revela que os alunos que participaram da atividade são predominantemente jovens, e que pela nossa experiência, apresentam uma relação distanciada da prática de leitura, quando comparados com alunos de maior idade. Isso se notará na Q5, que trata sobre a compreensão da teoria por meio da atividade prática com o uso do cinema.

#### Perfil dos alunos (Q2 – Sexo - Masculino / Feminino)

Na Q2a a amostra identificou que no curso de Recursos Humanos a predominância do sexo feminino é grande (28 mulheres de um total de 36 alunos, o que representa 77,77% da sala), assim como no curso de Publicidade e Propaganda (12 mulheres de um total de 18 alunos, o que representa 66% da sala). No curso de Marketing a predominância é do sexo masculino (20 homens de um total de 25, o que representa 80% da turma). O mesmo ocorre no curso de Administração (96 homens de um total de 170 alunos, o que representa 56% dos alunos das duas turmas juntas).



Juntando-se todos os alunos temos no gráfico Q2b que da amostra de 249 alunos pesquisados, 52,2% são homens (130 alunos) e 47,80% são mulheres (119 alunas), o que possibilitou equilíbrio entre os alunos (quanto ao sexo).



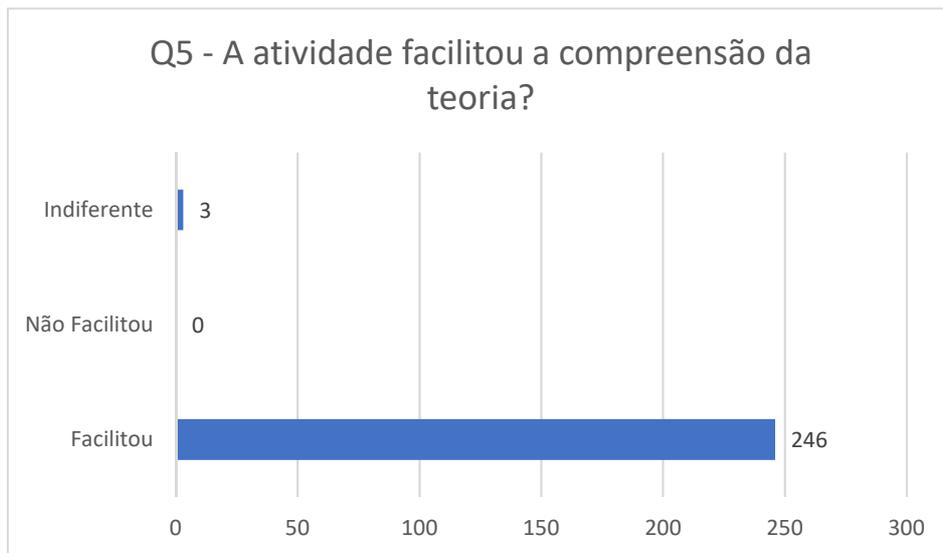
A Q3 perguntou aos alunos se o objetivo da atividade ficou claro nas explicações iniciais dadas pelo professor.

100% dos alunos responderam que SIM, o que nos leva a entender que, tendo ficado claro o objetivo da proposta, os alunos sabiam o que os esperava na realização da atividade.

Da mesma forma a Q4, que perguntou aos alunos se a metodologia da proposta tinha ficado clara nas explicações iniciais dadas pelo professor, obtivemos 100% das respostas dos alunos indicando que a metodologia proposta tinha sido bem explicada pelo colega professor, o que novamente nos leva a entender que, conhecendo a proposta metodológica da atividade, os alunos sabiam como proceder nas duas partes da tarefa (parte I — revisão da literatura sobre a teoria a ser explorada, e parte II - ilustração pela cenas do filme da teoria que estávamos estudando).

A Q5 questionou se a atividade facilitou a compreensão dos conceitos teóricos estudados.

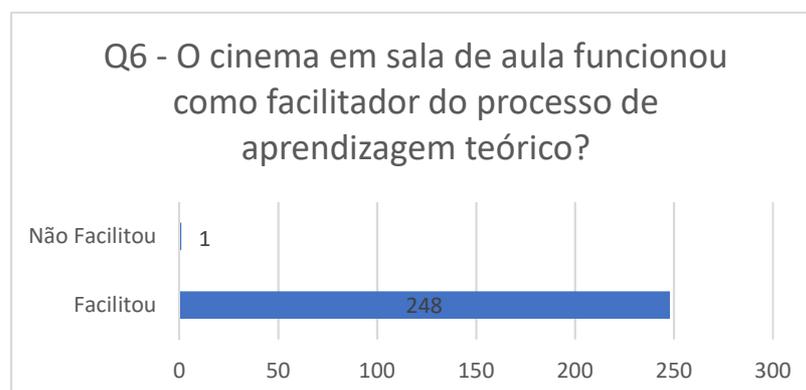
98% dos alunos informaram que a atividade de se estudar uma teoria por meio do cinema facilitou a compreensão dos tópicos teóricos estudados.



Dos 2% (que representam 3 alunos) que indicaram que a atividade foi indiferente na compreensão teórica, apenas dois justificaram a resposta:

- ✓ Aluno A (homem de 26 anos do curso de ADM) – “Para mim, a teoria não é importante, eu poderia ter chegado à mesma conclusão que este trabalho pediu tendo discutido em sala de aula com o professor. Não precisaria assistir o filme que eu já tinha visto na televisão.”
- ✓ Aluno B (mulher de 45 anos do curso de ADM) – “Eu prefiro ler os livros da faculdade. Acredito que não precisava fazer a atividade para entender o que o Kotler queria dizer sobre concorrência, eu já tinha entendido tudo.”

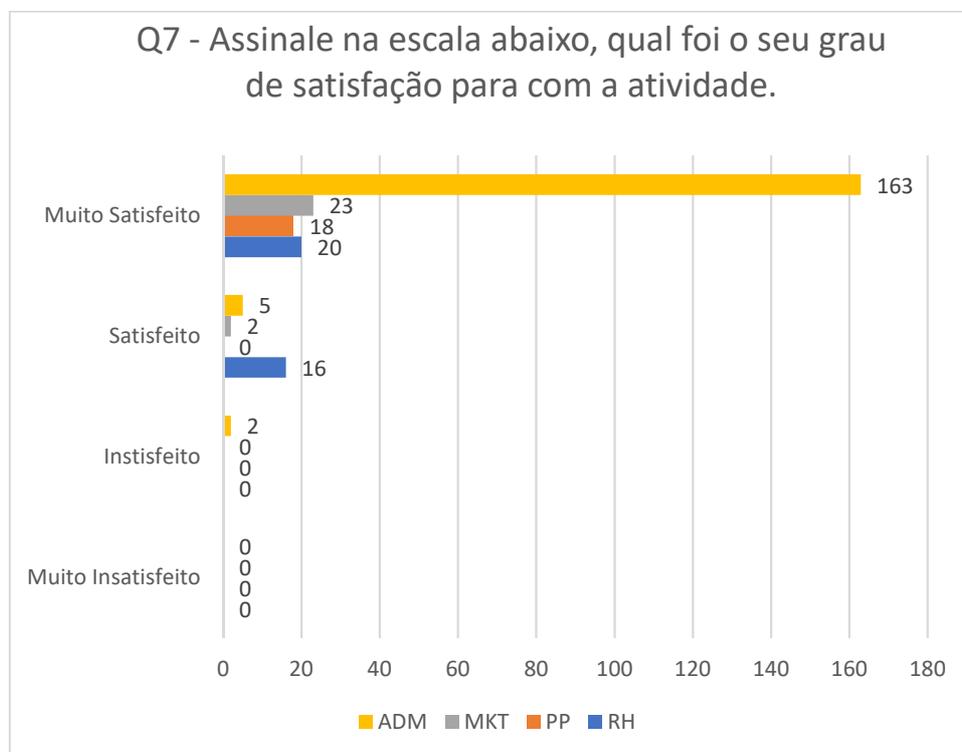
A Q6 complementou a questão anterior questionando se o cinema funcionou como facilitador do processo de aprendizagem teórico que foi proposto.



99,60% dos alunos que participaram da atividade (249) responderam que o Cinema funcionou como um facilitador do processo de aprendizagem teórico. A única aluna que respondeu não ter facilitado disse que:

Aluno A (mulher de 45 anos do curso de ADM – a mesma que respondeu negativamente à questão Q5) – “Como eu já disse, eu prefiro ler os livros, não gosto de ver filmes.”

A Q7, usando a escala de Likert, buscou identificar o grau de satisfação dos alunos para com a atividade proposta:



Como resultado a pesquisa indicou que 224 alunos ficaram muito satisfeitos com a atividade que realizaram (89,96%), 23 alunos se mostraram satisfeitos (9,24%) e apenas 2 se mostraram insatisfeitos (0,8% - os mesmos dois alunos que responderam negativamente as questões Q5 e Q6).

A última questão (Q8) abriu espaço para sugestões que possam melhorar a atividade.

---

As 8 sugestões indicadas foram para que se escolhesse melhor os filmes, perguntando antes aos alunos que filme gostariam de ver.

No nosso entendimento, isso fugiria da proposta, mas pode ser facilmente trabalhado com as turmas segundo uma seleção prévia de filmes dos quais poderíamos tirar a mesma apreciação e discussão teórica a cada nossa proposta / turma / semestre.

### **O que dizem os professores que aplicaram a atividade?**

O Prof.1 relatou que já fazia uso regular de filmes em sala de aula, mas passou a planejar melhor a atividade antes de sua aplicação. O colega professor relatou que a metodologia proposta foi bastante útil por relacionar leitura prévia sobre as teorias em estudo com o direcionamento do olhar do aluno para cenas que representam a teoria e que podem explicá-la de maneira ilustrativa.

A Prof.2 disse que não utilizava o cinema como ferramenta de / em aula por acreditar que os alunos poderiam entender que a aplicação de um filme se tratava de uma aula não preparada. Ao tomar conhecimento desta forma de utilização, relatou que passou a ver o cinema com outros olhos, como uma efetiva ferramenta que pode auxiliar os meninos a ler teorias antes de qualquer discussão.

Vale ressaltar que a Prof.2, ao aplicar a atividade em diferentes cursos, ainda que em cadeiras relacionada à comunicação, conseguiu junto dos alunos, excelente nível de discussão teórica, que, inclusive, no curso de marketing gerou discussão por uma aula adicional (aula seguinte à aplicação do filme). A Prof.2 validou o método como bastante útil e ressaltou que tentará escolher seus próprios filmes para o trabalho com seus alunos, tendo como espelho a presente proposta.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A proposta de fazer a pesquisa com os alunos trouxe a possibilidade de percepção do professor quanto à validade do uso do cinema como ferramenta de aula, para a explicação e discussão de teorias que trabalhamos na escola.

Acredito que a metodologia possa ser aprimorada e, como sinalizado por alunos participantes da pesquisa-atividade, desenvolver / aprimorar em conjunto algo que possa se melhor aceito por todos do grupo.

O trabalho continua com a descrição de novos filmes para a explicação de novos pontos teóricos, que sinalizam a possibilidade de transformação dessas experiências em uma publicação, que possa levar aos colegas professores uma forma bacana de uso da arte em sala de aula.

## REFERÊNCIAS

BORDENAVE, Juan Diaz. PEREIRA, Adair Martins. **Estratégias de Ensino Aprendizagem**. Petrópolis: Editora Vozes, 1993.

BUENO, Marielys Siqueira. **O Cinema**: Uma opção metodológica. In: Revista da Hospitalidade: Ano I, número I - 2º semestre de 2004. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

CARVALHAL, Eugênio do. et all. **Negociação e Administração de Conflitos**. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

CLEMENTE JÚNIOR, Sergio dos Santos. **O Ensino da Concorrência Mercadológica pelo uso do Cinema como Ferramenta de Aula: Filme “Vem Dançar”**. 2017. Disponível na internet em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0043-1.pdf>> Acesso em 08/07/18.

CLEMENTE JÚNIOR, Sergio dos Santos. **Um exemplo do Uso do Cinema como Ferramenta de Observação Teórica em Comunicação: CLICK (Adam Sandler)**. 2013. Disponível na internet em: <[http://www2.eca.usp.br/propesq/downloads/ebook\\_IV\\_Propesq\\_pp.pdf](http://www2.eca.usp.br/propesq/downloads/ebook_IV_Propesq_pp.pdf)> Acesso em 08/07/18.

CLEMENTE JÚNIOR, Sergio dos Santos. **Um exemplo do Uso do Cinema como Ferramenta de Observação Teórica em Hospitalidade: Lilo & Stitch (Walt Disney)**. 2011. Disponível na internet em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0070-1.pdf>> Acesso em 08/07/18.

GOOGLE IMAGENS. Disponível na internet em: [www.google.com.br](http://www.google.com.br) Filtro: Click e Vem Dançar. Acessado em 08/07/18.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10ª Edição – A Edição do Milênio, Editora Pearson – Prentice-Hall, 2000.