

## O Hobbit no Brasil: a recepção da trilogia cinematográfica

### The Hobbit in Brazil: the reception of cinematographic trilogy

Nilda Jacks<sup>1</sup>

Valquiria John<sup>2</sup>

Daniela Schmitz<sup>3</sup>

Laura Seligman<sup>4</sup>

**Resumo:** *Apresentação dos resultados brasileiros referentes à pesquisa The Hobbit Project, que envolveu 46 países e que investigou junto à audiência qual a sua percepção sobre um ou mais filmes da trilogia. São exploradas duas dimensões: os dados quantitativos relacionados às 12 questões fechadas do questionário mundial, bem como a discussão de uma das questões abertas, que destaca a justificativa dos brasileiros quanto à definição do gênero cinematográfico. O objetivo é evidenciar a partir das questões fechadas, as características dos dados brasileiros para então tratar alguns desses aspectos de forma qualitativa a partir da questão aberta. Entende-se que com isso entram em relevo as principais particularidades que o Brasil apresenta em relação à percepção dos receptores sobre ela.*

**Palavras-chave:** *O Hobbit; recepção; audiência brasileira.*

**Abstract:** *In this article are presented the Brazilian results referring to the research The Hobbit Project which involved 46 countries and that investigated*

- 1 Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Porto Alegre, RS, Brasil. <https://orcid.org/0000-0003-1625-2619>. E-mail: njacks@terra.com.br.
- 2 Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba, PR, Brasil. <https://orcid.org/0000-0003-3463-6528>. E-mail: vmichela@gmail.com.
- 3 Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Porto Alegre, RS, Brasil. <https://orcid.org/0000-0002-9155-6973>. E-mail: danischmitz@ymail.com.
- 4 Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Curitiba, PR, Brasil. <https://orcid.org/0000-0003-4160-2860>. E-mail: laurasel@yahoo.com.

*the audience's perception about one or more films in the trilogy. Two dimensions are explored in this article: the quantitative data related to the 12 closed questions of the world questionnaire, as well as the discussion of one of the open questions, which highlights why Brazilian audience chooses the cinematographic genre. The objective is to evidence, looking to the closed questions, the characteristics of the Brazilian data to then treat some of these aspects in a qualitative way from the open question emphasized. It is understood that with these data, we can evidence the particularities that Brazil can present in relation to the trilogy, besides the perception of the receivers about it.*

**Keywords:** *The Hobbit; reception; Brazilian audience*

## Introdução

*The Hobbit*, escrito por Tolkien há mais de 70 anos, foi transformado em trilogia cinematográfica por Peter Jackson entre 2012 e 2014. Compreender o que mobilizou as pessoas a irem ao cinema ver a jornada de Bilbo Bolseiro, bem como verificar o que os fãs e o público em geral pensaram da adaptação do famoso livro foram aspectos norteadores da pesquisa internacional intitulada *The reception of The Hobbit: a global comparative film audiences research project (Hobbit Project)*.<sup>5</sup> A pesquisa problematizou como idade, sexo, renda familiar, nacionalidade e consumo cultural, entre outros, atravessam a experiência fílmica.

No Brasil, os filmes da trilogia somam mais de 9 milhões e 400 mil ingressos vendidos. Somente a última parte da narrativa, *A Batalha dos Cinco Exércitos*, levou mais de 3 milhões e 600 mil espectadores às salas de cinema,<sup>6</sup> evidenciando a importância que a narrativa audiovisual teve entre os brasileiros.

*The Hobbit Project* teve como instrumento um questionário, elaborado conjuntamente pela rede de pesquisadores, integrada por 46 países. Ele permaneceu *on-line* de dezembro de 2014 a junho de 2015 e foi composto por 29 questões (18 fechadas e 11 abertas), divididas entre alternativas de múltipla escolha e perguntas abertas, de modo a captar diferentes percepções do público.

Neste artigo é feita uma comparação dos resultados nacionais em relação ao conjunto dos demais países que fizeram parte da investigação. O objetivo é evidenciar, a partir das questões fechadas e uma aberta, as especificidades dos resultados brasileiros.<sup>7</sup> São analisadas as respostas dos 1.223 respondentes que se identificaram como brasileiros.<sup>8</sup> Esse número representa 3,4% do total de respondentes (36.109 sujeitos) dos 46 países participantes.

5 Pesquisa internacional coordenada por Martin Baker e Matt Hills, da Aberystwyth University (UK) e Ernest Mathijs, da British Columbia University (Canadá). A equipe brasileira foi coordenada por autor 1 e autor 2.

6 Fonte: Adoro Cinema. Disponível em: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-210516/bilheterias/>. Acesso em: 21 fev. 2019.

7 Os cruzamentos entre os dados brasileiros e o conjunto dos demais países foram realizados por Fernando Gonçalves, doutorando em Sociologia da UFRGS.

8 No total, 1.208 apontaram residir no Brasil.

## **Pesquisas de recepção, consumo cultural e midiático: alguns pressupostos**

São cinco as mais relevantes perspectivas teóricas sobre as relações entre audiências e meios de comunicação que dominam o cenário na América Latina (JACKS, 1996). Entre elas, duas matrizes se destacam: Consumo Cultural e Estudos de Recepção.

A primeira, proposta por Néstor García Canclini, aponta para a abordagem de “um conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (2006, p. 80). Todo o consumo é cultural, entretanto, o autor considera que no consumo cultural o valor simbólico sobrepõe o de uso. Tal diferenciação é consequência da independência e autonomia dos campos artísticos e intelectuais na modernidade que criou circuitos independentes para produção e circulação da arte, literatura e do conhecimento.

É no âmbito do Consumo Cultural que Canclini (2006) localiza os processos de consumo midiático, os quais podem contextualizar a análise da recepção de produtos massivos (TOALDO; JACKS, 2013). As especificidades do consumo midiático permitem compreendê-lo como uma vertente do consumo cultural, o que foi evidenciado por Canclini (2006). Embora as exigências econômicas interfiram na produção, estilo e circulação dos produtos midiáticos, eles possuem uma determinada autonomia que diz respeito à dinâmica própria de seus processos produtivos e seu consumo, o que torna possível tomá-los como bens culturais.

Quanto aos Estudos de Recepção, tanto Guillermo Orozco como Jesús Martín-Barbero propõem a abordagem da problemática partir da análise das mediações. Para Orozco a principal implicação em assumir a audiência como sujeito é considerá-la em “situação”, portanto, condicionada individual e coletivamente (OROZCO, 1991). Outra implicação é que ela vai se constituindo de muitas maneiras e se diferenciando ao largo do tempo. Esses momentos são transcendidos, pois se fundem com as práticas cotidianas, responsáveis pela negociação de sentidos, pela apropriação ou resistência aos conteúdos massivos. Como instituição social, que produz significados e ganha legitimidade frente à

sua audiência, os meios de comunicação também são mediadores. Além de ser um agente de reprodução da realidade, também a produz, provocando reações racionais e emocionais nos receptores. Estes, por sua vez, também realizam mediações de caráter psicológico determinado pelos socioculturais, resultado de sua interação com o ambiente onde vive, em um processo constante e dialético.

Martín-Barbero (1987), por sua vez, também propôs o entendimento da comunicação a partir das práticas sociais, pelas quais o receptor é considerado produtor de sentidos e o cotidiano, espaço primordial da pesquisa. Os “usos” midiáticos, portanto, são indispensáveis para analisar as apropriações dos receptores, que reelaboram, ressignificam e ressemantizam os conteúdos, conforme sua experiência cultural, o suporte de tais apropriações. Mediação, conceito fundamental para o autor, deve ser entendida como uma forma de superar a dicotomia entre produção e consumo, ou ainda, entre as lógicas da produção e a dos usos.

As mediações estruturam, organizam e reorganizam a percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar implícita ou explicitamente esta realidade. Por essa razão, “a pesquisa sobre os usos nos obriga, então, a deslocar-nos do espaço dos meios ao lugar em que se produz sentido” (MARTÍN-BARBERO, 1987, p. 213).

Dentre as várias mediações que compõem a Teoria das Mediações destacam-se as competências culturais, presentes no seu primeiro modelo analítico (MARTÍN-BARBERO, 1987) e em versão mais recente (MARTÍN-BARBERO, 2003). Trata-se da capacidade interpretativa e de apropriação dos conteúdos pelos receptores, constituída por uma série de elementos configuradores com destaque para as matrizes culturais e os formatos industriais, outras mediações do modelo. A competência cultural é forjada pelas práticas culturais, alimentadas por saberes, memórias, imaginários, etc. frutificados na dimensão das classes sociais, idade e gênero, entre outros elementos (MARTÍN-BARBERO, 1992).

Para Martín-Barbero (1990, p. 36), a análise do discurso dos meios leva ao entendimento do significado que, embora importante, não dá

conta do processo de produção de sentidos: “para poder falar do sentido da comunicação é preciso falar do sentido que a comunicação tem para as pessoas. O sentido é sempre a relação de um texto com uma situação, com alguns enunciadores em um contexto temporal e espacial”.

Embora a pesquisa sobre *O Hobbit* também possa ser integrada à perspectiva do consumo midiático, os objetivos que nortearam a investigação a filiam ao que na América Latina se tem tomado como um estudo de recepção. Assume-se que pelo consumo midiático observa-se o fenômeno sob um ângulo mais amplo do que a pesquisa de recepção “porque tem o foco direcionado para a relação com os meios e não com as mensagens, para usar uma imagem simplificada do processo” (TOALDO; JACKS, 2013, p. 7-8).

Desse modo, a análise dos dados brasileiros, ainda que pautada pelo mesmo instrumento que circulou em outros países sem atentar para as especificidades das culturas nacionais, é norteada pela perspectiva das teorias da recepção. Toma-se, portanto, a mediação mais centrada na figura do receptor, ou seja, a competência cultural para explorar as possibilidades de produção de sentido, enfatizando que vários estão muito perto de associar suas competências às práticas dos fãs (JENKINS, 2013).

### **Recepção à brasileira: primeiros resultados**

A análise busca a composição do cenário da audiência de *O Hobbit* no país<sup>9</sup> focada nas questões fechadas em que efetivamente os brasileiros se distanciam da média mundial. Para inferir a validade estatística das diferenças ou semelhanças encontradas, valeu-se do teste do qui-quadrado (BARBETTA, 2007), teste não paramétrico (não necessita de dados distribuídos em curva normal) utilizado para identificar possíveis relações causais entre variáveis qualitativas nominais ou ordinais.<sup>10</sup> Quanto às

9 O único critério para responder ao questionário era ter assistido a pelo menos um dos filmes da trilogia.

10 Em estatística os resultados podem ser considerados significativos quando tem uma probabilidade menor do que 5% (P – Chi-square menor que 0,05) de resultarem de flutuações derivadas do tamanho da amostra ou outras perturbações aleatórias.

questões abertas,<sup>11</sup> o foco está na forma como classificam e não classificam os filmes em relação ao gênero cinematográfico.

Antes, alguns dados sobre o perfil do grupo brasileiro: concentrou-se nas faixas etárias de 16 e 25 anos (54%) e de 26 e 35 anos (27%); 57% de homens e 43% mulheres.<sup>12</sup> Quanto às ocupações, 52% são estudantes, 20% têm profissões liberais e entre outras ocupações estão 9% criativos; 8% administrativos e 5% autônomos. Quanto ao nível educacional, a maior parte é universitário (45%), predominância que pode ser explicada pelo maior acesso à internet que esse segmento possui no país.<sup>13</sup>

Sobre os dados quantitativos, o panorama em que há distinções significativas entre os brasileiros e as demais nacionalidades é apresentado a seguir.

**Tabela 1** – Respostas à questão 3 “Escolha até três razões para assistir aos filmes da trilogia”

Opções	Brasil (%)	Outros países (%)	N (outros)
Queria experimentar seus efeitos especiais (48 quadros por segundo, 3D)	16,6	12,4	203
Estou conectado à comunidade que vinha aguardando pelos filmes	27,1	34	331
Amo todo o trabalho de Tolkien	73,8	70,2	903
Gosto de ver grandes produções quando são lançadas	20,4	13,2	250

- 11 “O que motivou suas escolhas nas questões 4 [Quais das opções definem melhor o tipo de filme a que pertence a trilogia de O Hobbit?] e 5 [Há alguma dessas respostas que você não escolheria?].
- 12 Conforme o Mídia Dados (2016), 70% dos brasileiros entre 15 a 19 anos frequentam salas de cinema ao menos uma vez ao mês, seguido de 54% na faixa dos 20 aos 29 anos. Quanto ao sexo, há diferença entre os respondentes e o perfil apontado pelo Mídia Dados: 52% de mulheres contra 48% homens.
- 13 “Entre os usuários com ensino superior, 72% acessam a internet todos os dias, com uma intensidade média diária de 5h41, de 2ª a 6ª-feira” (BRASIL, 2015, p. 7).

Houve tanta expectativa que eu tinha que assisti-los		17,3	7,2	212
Conhecia os livros e queria ver como seriam os filmes		60,3	52	738
Amo os filmes de Peter Jackson		17,5	26,7	214
Um ator de quem gosto está nos filmes:		18,6	25,3	228
	Richard Armitage	3,8	5,8	47
	Benedict Cumberbatch	7,4	9,9	90
	Martin Freeman	7,5	13,4	92
	Evangeline Lilly	2,2	3,6	27
	James Nesbitt	0,2	1,2	3
	Aidan Turner	1,7	3,1	21
	Hugo Weaving	2,9	4,4	36
	Another? Please specify	2,5	4,2	30

Fonte: Dados da pesquisa, 2018

Dentre as razões que levaram os brasileiros ao cinema, as maiores diferenças dizem respeito à expectativa criada em torno da trilogia (Brasil 17,3%, outros 7,2%); ao interesse pelas grandes produções (Brasil 20,4%, outros 13,2%); o livro ter despertado interesse (Brasil 60,3%, outros 52%); às experiências sobre os efeitos especiais (Brasil 16,6%, outros 12,4%); e a admiração por toda a obra de Tolkien (Brasil 73,8%, outros 70,2%). O inverso, ou seja, os menores índices dos brasileiros em relação aos demais países são: interesse em Peter Jackson (Brasil 17,5%, outros 26,7%); a ideia de comunidade gerada em relação às obras (Brasil 27,1%, outros 34%); interesse em ator específico (Brasil 18,6%, outros 25,3%). Em 7 dos 14 atores presentes no questionário foi identificada alguma diferença significativa nas respostas, sendo que em todos o Brasil fica aquém das indicações dos demais países.

É possível inferir que a espetacularidade pode estar implicada no maior interesse dos brasileiros, já que a expectativa gerada, o fato de se tratar de uma superprodução e os efeitos especiais foram mais



determinantes para eles, reforçado pelo pouco interesse pelo diretor do filme, atores e conexão com comunidades em torno do filme.

Como o Brasil se destaca dos demais países pela leitura prévia da obra de Tolkien, explora-se na sequência as respostas sobre o livro *The Hobbit*.

**Tabela 2** – Respostas à questão 17 “Você leu o livro O Hobbit?”

Opções	Brasil (%)	Outros países (%)	N (BR)	N (Outros)
Alguém leu para mim	0,5	1,7	6	609
Li uma vez	29,8	27,1	364	9.471
Li mais de uma vez	41,2	44,9	504	15.667
Estou lendo	3,6	3,1	44	1.076
Não li	12,9	13,1	158	4.573
Planejo ler	12	10	147	3.490

Fonte: Dados da pesquisa, 2018

Sobre o livro, os brasileiros se distanciam nas opções “alguém leu pra mim” e “li mais de uma vez”, que foram menos marcadas por eles. Já “planejo ler” é mais mencionada entre os respondentes daqui.

**Tabela 3** – Respostas à questão 18 “Se você leu, o que achou do livro?”

Opções	Brasil (%)	Outros países (%)	N (BR)	N (Outros)
Não li	24,9	22,5	305	7.865
Péssimo	0,1	0,2	1	53
Fraco	0,5	0,6	6	200
Razoável	1,4	5,2	17	1.818
Bom	18,9	30	231	10.483
Excelente	54,2	41,5	663	14.467

Fonte: Dados da pesquisa, 2018

Entre os que leram, as respostas indicam que brasileiros e os respondentes de outros países se distanciaram na avaliação “excelente”, a única

em que o Brasil está à frente nos índices. Já no outro extremo, os demais países tendem a classificar como “bom” e “razoável” bem acima dos brasileiros.

**Tabela 4** – Respostas à questão 4 “Quais das opções definem melhor o tipo de filme a que pertence a trilogia de O Hobbit? Escolha até três”

Opções	Brasil (%)	Outros países (%)	N (BR)	N (Outros)
Conto de fadas	4,2	8	51	2.791
Filmes em série	15,7	24,6	192	8.576
Atores famosos	2,2	4,5	27	1.564
Parte do mundo-legendário de Tolkien	70,4	61,3	861	21.380
Franquia multimídia	7,3	11,3	89	3.944
Ação-aventura	31,5	24,1	385	8.393
Filmes de Peter Jackson	15,5	22,6	189	7.894
Adaptação literária	44,1	23,8	539	8.303
Filme que acompanha um personagem	5,2	3,7	64	1.300
Blockbuster hollywoodiano	13,9	19,4	170	6.754

Fonte: Dados da pesquisa, 2018

Ao classificarem a trilogia, os destaques no Brasil foram para os seguintes gêneros: “parte do mundo-legendário de Tolkien” (Brasil 70,4%, outros 61,3%); “adaptação literária” (Brasil 44,1%, outros 23,8%); “ação-aventura” (Brasil 31,5%, outros 24,1%); e “filme que acompanha um personagem” (Brasil 5,2%, outros 3,7%). Por outro lado, os brasileiros indicaram menos as seguintes classificações: “filmes em série” (Brasil 15,7%, outros 24,6%); “franquia multimídia” (Brasil 7,3%, outros 11,3%); “filme de Peter Jackson” (Brasil 15,5%, outros 22,5%); “*blockbuster hollywoodiano*” (Brasil 13,5%, outros 19,4%); “atores famosos” (Brasil 2,2%, outros 4,5%); e “conto de fadas” (Brasil 4,2%, outros 8%).

A relação diacrônica com a obra aparece como destaque entre os brasileiros, seja na leitura prévia do livro, no acompanhamento da obra de Tolkien ou no fato de classificarem como filme que acompanha um

personagem. Uma tendência, ainda que pouco acentuada, em categorizar como filme de ação e aventura também foi identificada. Outros dados que corroboram respostas anteriores: Peter Jackson aparentemente não os mobiliza, muito menos os atores. Assim como não associam o filme a *blockbuster* ou franquia multimídia, embora o fato de se tratar de uma superprodução tenha levado mais brasileiros ao cinema que no restante do mundo, como indicado na Tabela 1. Cabe destacar que a classificação como “conto de fadas” também foi menos indicada pelos brasileiros em relação aos demais países.

**Tabela 5** – Respostas à questão 5 “Há alguma dessas respostas que você *não* escolheria? Escolha até três”

Opções	Brasil (%)	Outros países (%)	N (BR)	N (Outros)
Conto de fadas	46,7	28,6	571	9.968
Mundo de fantasia	2,9	1,4	35	472
Filmes em série	5,8	3,6	71	1.262
Atores famosos	26,6	19,6	325	6.854
Filme familiar	13,1	15,5	160	5.403
Ação-aventura	3,5	5,8	43	2.009
Filmes de Peter Jackson	7,4	3	90	1.56
Adaptação literária	6,1	10,5	75	3.657
Filme que acompanha um personagem	13,1	38,2	160	13.341
Blockbuster hollywoodiano	21,9	13,3	268	4.652

Fonte: Dados da pesquisa, 2018

Quanto às classificações com que não concordavam, os dados indicam que os brasileiros ficam acima da média nas seguintes categorias: “conto de fadas” (Brasil 46,7%, outros 28,6%); “*blockbuster hollywoodiano*” (Brasil 21,9%, outros 13,3%); “atores famosos” (Brasil 26,6%, outros 19,6%); “filmes de Peter Jackson” (Brasil 7,4%, outros 3%); “filmes em série” (Brasil 5,8%, outros 3,6%); e “mundo da fantasia” (Brasil 2,9%,

outros 1,4%). Nessa mesma questão, os demais países estão à frente do Brasil quando não concordam com “filme que acompanha um personagem” (Brasil 13,1%, outros 38,2%); “adaptação literária” (Brasil 6,1%, outros 10,5%); “ação-aventura” (Brasil 3,5%, outros 5,8%); e “filme familiar” (Brasil 13,1%, outros 15,5%).

Os dados demonstram que, no geral, os brasileiros foram coerentes em suas respostas, pois as opções mais indicadas para classificar o filme na questão 4 (Tabela 4) foram as menos marcadas na pergunta seguinte.

**Tabela 6** – Respostas à questão 12 “Você já participou em algumas destas outras atividades ligadas aos filmes de O Hobbit?”

Opções	Brasil (%)	Outros países (%)	N (BR)	N (Outros)
Produção de fan art	5,6	7,8	69	2.707
Criação de blogs	5,5	8,4	67	2.934
RPG	21,7	9,8	265	3.432
Coleção de objetos	26,2	21,6	321	7.519
Comentários <i>on-line</i>	39,4	30	482	10.470
Jogos	32,9	23,4	402	8.146
Produção de fan films	1,2	2,1	15	747
Visitas às locações dos filmes	3	5	37	1.727
Nenhuma dessas	30,4	33,4	372	11.638

Fonte: Dados da pesquisa, 2018

Sobre as atividades relacionadas ao universo dos filmes sobressaem duas ações de jogos: “RPG” (Brasil 21,7%, outros 9,8%) e “jogos” (Brasil 32,9%, outros 23,4%). Outras alternativas citadas foram “comentários online” (Brasil 39,4%, outros 30%) e “coleção de objetos” (Brasil 26,2%, outros 21,6%). Os demais países distanciam-se do Brasil em outras três atividades, duas delas ligadas à geração de conteúdo – “criação de blogs” (Brasil 5,5%, outros 8,4%) e “produção de *fan art*” (Brasil 5,6%, outros 7,8%) – além de “visitas às locações dos filmes” (Brasil 3%, outros 5%). Também há diferenças entre os que não participaram de nenhuma dessas atividades (Brasil 30,4%, outros 33,4%).

Os dados levam a supor que a prática de jogos é mais presente entre os brasileiros e que a produção de conteúdos menos. Sobre a visita às locações, pressupõe-se que o baixo índice seja devido à distância entre o Brasil e a Nova Zelândia.

**Tabela 7** – Respostas à questão 13 “Que papel as histórias de fantasia desempenham hoje? Escolha *até três* opções”

Opções	Brasil (%)	Outros países (%)	N (BR)	N (Outros)
Elas são uma forma de enriquecer a imaginação	76,4	67,3	934	23.483
Elas são uma forma de experimentar e explorar emoções	44,8	29,3	548	10.239
Elas são uma fonte de esperança e sonhos para mudar nosso mundo	25,8	35	315	12.200
Elas são uma forma de fuga da realidade	41,5	54,6	508	19.035
Elas são uma forma de entretenimento compartilhado	28,5	25,3	349	8.831
Elas nos permitem explorar diferentes atitudes e ideias	35,8	28,8	438	10.061
Elas são uma forma de criar mundos alternativos	42	45,9	514	16.029
Não exerceu nenhum papel	0,7	2,2	9	759

Fonte: Dados da pesquisa, 2018

Há distinções também sobre o papel das histórias de fantasia, pois os brasileiros indicam que “elas são uma forma de enriquecer a imaginação” (Brasil 76,4%, outros 67,3%); “elas são uma forma de experimentar e explorar emoções” (Brasil 44,8%, outros 29,3%); “elas são uma forma de entretenimento compartilhado” (Brasil 28,5%, outros 25,3%); “elas nos permitem explorar diferentes atitudes e ideias” (Brasil 35,8%, outros 28,8%). Por outro lado, a média entre os demais países revela que a fantasia encarna um papel de alternativa ao real/concreto, quando indicam “elas são uma forma de fuga da realidade” (Brasil 41,5%, outros 54,6%); “elas são uma forma de criar mundos alternativos” (Brasil 42%, outros

45,9%); e, em menor medida também há este traço na resposta “elas são uma fonte de esperança e sonhos para mudar nosso mundo” (Brasil 25,8%, outros 35%).

**Tabela 8** – Respostas à questão 14 “Foi importante acompanhar as reportagens e debates sobre os filmes?”.

Opções	Brasil (%)	Outros países (%)	N (BR)	N (Outros)
De modo algum	14,8	17,7	181	6.171
Levemente	18,3	25,1	224	8.763
Razoavelmente	29,7	29,3	363	10.225
Muito	25,5	17,8	312	6.204
Extremamente	11,7	10,1	143	3.523

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

No que se refere à importância de acompanhar as histórias e os debates sobre a trilogia, os brasileiros se distanciam da média dos demais países indicando mais vezes a resposta “muito” (Brasil 25,5%, outros 17,8%) e menos vezes “levemente” (Brasil 18,3%, outros 25,1%) e “de modo algum” (Brasil 14,8%, outros 17,7%). Tais dados indicariam um maior interesse na conexão com comunidades criadas em torno dos filmes, contudo contradizem as respostas encontradas na questão 3 (Tabela 1): os brasileiros estão abaixo da média dos demais países na opção “estou conectado à comunidade que vinha aguardando pelos filmes”.<sup>14</sup>

## Competências da audiência

Para compreender algumas competências, partindo de Martín-Barbero, foram articuladas duas questões: uma quantitativa (Tabela 4) e outra qualitativa (questão 6) que explorava os motivos que justificavam a classificação do filme. Cabe destacar que apenas as respostas que

14 Outras questões que se distanciam da média dos demais países, por não estarem relacionadas a competências específicas, não serão tratadas.

classificaram a obra como “parte do mundo-legendário de Tolkien”,<sup>15</sup> “mundo de fantasia”<sup>16</sup> e “ação-aventura”<sup>17</sup> foram analisadas, pois trata-se das três classificações mais proeminentes. Nesta etapa da análise, apenas os dados brasileiros foram considerados, não havendo qualquer comparação com os demais respondentes.

Em termos do reconhecimento da obra fílmica, uma das competências observadas, os dados evidenciam o domínio do universo narrativo, pois 70,4% (861) classificaram a trilogia como “parte do universo Tolkien”, 44,1% (539) como “adaptação literária”, 15,7% (192) como “filmes em série” e 15,5% (189) como “filme do Peter Jackson”.

Por outro lado, ressaltando os aspectos técnicos, estéticos e de produção, 30,3% (370) classificaram como “cenários espetaculares”; 13,9% (170) como “*blockbuster* de Hollywood”; 9,3% (114) como “cinema de inovação digital”; 7,3% (89) como “franquia multimídia”; e 2,2% (27) por apresentar “atores famosos”.

Quanto ao gênero, 64,2% (785) classificaram como “mundo de fantasia”; 31,5% (385) “ação-aventura”; 5,2% (64) “história que acompanha a trajetória de um personagem”; 4,2% (51) “conto de fadas”; 3,4% (41) “filme para a família”; e 2,4% (29) como “história infantil”.

Nas classificações menos indicadas, tem-se uma confirmação das respostas anteriores, uma vez que as opções menos indicadas estão à frente: “História infantil” com 60,3% (738), “conto de fadas” com 46,7% (571) e “atores famosos” com 26,6% (325).

A análise das justificativas evidencia o quanto a competência cultural (MARTÍN-BARBERO, 2003) perpassa a produção de sentidos dos respondentes. Ela é expressa nas capacidades perceptivas e de apropriação e se constrói com base no âmbito de três domínios: a) da obra: relação com ela e com o universo em seu entorno (reportagens, curiosidades, *fandoms*), o que acarreta na construção de um repertório de conhecimentos (narrativos, audiovisuais, literários, etc.) específicos

15 Esta classificação foi marcada por 861 sujeitos, contudo apenas 691 respondentes justificaram esta escolha na pergunta aberta.

16 785 respondentes classificaram desta forma, mas somente 135 explicaram tal escolha.

17 Obteve 385 indicações, das quais 306 sujeitos fundamentaram a escolha.

e especializados; b) da gramática de gênero: conhecimento do gênero cinematográfico identificado e; c) da “cine-experiência”: hábito de consumo que conforma a construção do gosto pessoal, não balizado por um repertório especializado.

A seguir, uma discussão pormenorizada dos três domínios.

#### a. Domínio da obra

Evidenciado em respostas como “parte do mundo-legendário de Tolkien”, ainda que também presente nas outras classificações. Os dados indicam que as várias expertises que demarcam a produção de sentidos são construídas previamente à assistência do filme e conformadas pelo conhecimento audiovisual, cinematográfico, literário, da obra de Tolkien, dos jogos de RPG, etc.

Percebeu-se que a leitura da obra é indicada como a principal fonte de construção de conhecimento, o que justifica uma audiência mais competente pela relação de longa data com as histórias e o universo do autor. Em algumas justificativas, a noção de fã se faz relevante, corroborando a impressão da competência construída diacronicamente: *“Li o livro, assisti os filmes, sou fã de toda a obra de Tolkien e sei sobre o que se trata. Mas, novamente, filmes e livros são coisas diferentes. O livro é mais infantil, os filmes são mais “pesados” com todas as batalhas”*.

A competência para transitar entre a fruição literária e a audiovisual parece ter sido determinante em alguns casos. Se há respostas que evidenciam que se trata de produtos distintos, há demonstrações de inter-relações efetuadas pelos próprios receptores. O filme foi tomado como uma representação audiovisual de um universo que ficava restrito ao imaginário dos leitores: *“A partir de agora esses atores deram rosto e corpo aos personagens que antes eu poderia somente imaginar a aparência, a voz e a expressão corporal”*.

Em uma tentativa de explorar os tipos de domínios que estão implicados nos sentidos dados pelos brasileiros, chegou-se às dimensões a seguir:

- cinéfilo: com repertório de conhecimentos cinematográficos que envolve noções de narrativa, roteiros, enquadramentos, fotografia,



etc. Dados acerca da produção, orçamentos, locações, bilheteria e o emprego de efeitos especiais também corroboram a construção deste tipo de expertise. Um grau mais elevado de domínio técnico foi evidenciado nas respostas, o que configuraria um tipo de receptor quase “profissional”, conhecedor até do nome das câmeras empregadas, ou especificidades da direção de fotografia. Esta “autoridade” em relação à técnica se manifesta por meio de críticas aos produtos audiovisuais da saga.

- literário: conhecimento prévio de literatura, não necessariamente ou exclusivamente relacionado à trilogia, conectado com sua experiência com a adaptação fílmica.
- “fanático”:<sup>18</sup> especialização e participação que transita entre ser um “adorador” da obra de Tolkien e/ou do diretor Peter Jackson. Reconhece especificidades da narrativa tanto do livro quanto da adaptação cinematográfica, sinalizando as diferenciações entre ambos. Conhecimento da vida do autor/diretor, suas demais obras, etc., além de posicionamento acerca dos movimentos de adaptação das obras, tanto de O Senhor dos Anéis como O Hobbit.

#### b. Domínio da Gramática de Gênero

Tipo de domínio bastante específico, que parece consubstanciar várias expertises relativas ao conhecimento do universo ficcional de Tolkien. Bastante presente nas classificações do filme como ação-aventura, mas também em menor medida nas respostas que indicaram “mundo de fantasia” e “parte do mundo-legendário de Tolkien” como estilos possíveis.

Ainda que no conjunto de dados esse domínio seja menos visível, chama a atenção pela importância que alguns conferem à força da trama e à atmosfera fantasiosa criada pelo autor. Nessas respostas, não há muita argumentação ou justificativas sobre a classificação atribuída, já que, para eles, a trilogia é *obviamente* parte do universo de Tolkien, pois o autor criou uma assinatura, um estilo único de produzir fantasia, facilmente reconhecido pelos iniciados. Não há argumentos racionais para

18 Referência àqueles que se enquadram na categoria “fãs”.

classificar o filme como “parte do mundo-legendário de Tolkien”, por exemplo. É como se as histórias de Tolkien/Peter Jackson tivessem criado um subgênero: *“A obra de Tolkien (e a adaptação de Peter Jackson) possui uma estética única, que define os filmes quase como um gênero à parte dentro do cinema de fantasia”*.

Figura ainda um tipo de argumentação mais lógica, em que o filme foi classificado como “mundo de fantasia”, replicando a classificação do livro, o que não deixa de ser um domínio de gramática de gênero, ainda que da esfera literária.

Outro tipo de domínio está implícito na discordância quanto à classificação da trilogia como história infantil, pois nesse entendimento a intenção da trama literária, criada como história de ninar para os filhos do autor, se perde diante da força que a aventura adquire na narrativa: *“O Hobbit, a princípio, é uma história infantil. Ver sua adaptação no cinema, depois de O Senhor dos Anéis, isso não seria mais possível. É um filme de ação-aventura porque é um filme de ação-aventura!”*.

Os dados indicam que esse domínio pode ser construído com base em conhecimento formal, mas principalmente pela experiência, no que tange ao consumo das obras: *“Alguns dizem que os livros foram escritos para crianças, mas não é bem assim: nem o filme não é um conto-de-fada e é mais que um Mundo de fantasia”*.

### c. Domínio da Cine-experiência

Identificado nas três classificações, todavia é mais proeminente nas justificativas sobre o filme ser de “ação-aventura”. A experiência pessoal, opinião e gosto são mobilizados e muitas vezes essa preferência transcende o universo da saga (literária e cinematográfica) e recai no gênero fantasia como um todo.

As justificativas transitam entre respostas pouco elaboradas, classificando apenas com base em “opinião pessoal” ou evoluindo para particularidades do filme, como efeitos especiais, locações, mundos fantasiosos que possibilitam uma experiência cinematográfica diferenciada. Há ainda menções às características periféricas do enredo: *“Gosto do mundo de fantasias, em especial as de Tolkien que criou esse mundo*

*medieval sobrenatural, e fico pausando o filme em lugares como o interior de Erebor, as florestas elficas, Valfenda, o Condado, eu queria morar em uma toca confortável de um Hobbit (rs)*”.

Nesse domínio, a produção de sentidos pode estar relacionada a apropriações muito particulares, como se “transportar” ao mundo fantasioso e fruir esteticamente dele: *“Outra coisa que me chama muito a atenção em todos os filmes adaptados das obras de Tolkien são as representações das paisagens descritas. Eu adoro entrar visualmente numa floresta de Ents ou num campo em que corre Gandalf e Scardofax; é simplesmente genial”*.

Ainda é possível inferir que o tipo de relação que alguns estabelecem com a obra cinematográfica parece incorporar a dimensão do desejo que, na perspectiva sociocultural do consumo (GARCIA CANCLINI, 2006), é uma das teorias que pode explicá-lo. Nesse caso, a recepção dos filmes como cenário de objetivação dos desejos tem na experiência cinematográfica e no imaginário da fantasia um espaço profícuo de elaboração de sonhos: *“A ideia de um mundo antigo e sem tecnologia moderna com forte apelo à magia com cenários medievais e seres fantásticos sempre me atraiu...é algo tão forte na minha imaginação que às vezes penso que posso chegar a este lugar...ser um mago ou cavaleiro...buscar tesouros e conhecimentos antigos...mantendo um código de honra e conduta e sempre em defesa de quem necessita”*.

Enfim, ainda que se esteja longe de esgotar os sentidos mobilizados por mais de 1.200 brasileiros que responderam ao questionário, foi possível delinear um panorama do quanto a experiência cultural e o nível de envolvimento com os filmes e a obra que lhes deu origem estão implicados na configuração de competências culturais, como postulou Martín-Barbero (2003), que demarcam os usos que são dados a esses produtos midiáticos.

## Apontamentos finais

O cenário que se forma a partir da análise da recepção da trilogia pelos brasileiros aponta para uma boa receptividade e um grande envolvimento com o universo narrativo, uma vez que não somente os filmes tiveram intensidade no consumo e aprovação, mas também outras narrativas vinculadas a eles em outros suportes.

Esse consumo perpassa questões materiais, de acesso às tecnologias e dispositivos de circulação desse conteúdo que, vinculados à realidade socioeconômica brasileira, pode ser determinante nas formas de fruição da narrativa. Provavelmente também perpassa dimensões culturais, em que as classificações e interpretações dos filmes tendem a se subordinar à tradição cinematográfica nacional, um dos agentes de construção do imaginário brasileiro.

Essas circunstâncias, no entanto, só reforçam o quanto os filmes foram bem recebidos por essa audiência, uma vez que não só há manifestações positivas em torno de detalhes da sua produção e distribuição, como também uma busca por apropriação dessa narrativa, principalmente quanto a articulações de informações na forma de debates. O domínio das informações dispersas nos mais diversos formatos de uma obra viabiliza uma maior articulação desses elementos para reconhecimento de fatores comuns, o que foi evidenciado pela audiência de *O Hobbit*, como resultado da pesquisa realizada pela equipe brasileira.

Esse interesse e compartilhamento de informações reforça o envolvimento afetivo desse público com a obra e dá indícios da formação de uma comunidade capaz de articular o produto cultural junto a um repertório e critérios de interpretação locais.

Ao abordar as formas de avaliação da obra, a pesquisa deixou evidente o conhecimento dos fãs acerca deste universo narrativo. Os brasileiros demonstraram intimidade com ele, em seus mais variados formatos, o que é reforçado pelos dados relativos ao envolvimento e formas de engajamento em torno da obra.

Destacam-se no conjunto dos dados os indícios do engajamento dos fãs e a quase ausência do anti-fã ou mesmo de um grupo de fãs

mais crítico e/ou insatisfeito com a obra, amparado no fato de que em todas as dimensões analisadas pelos respondentes a postura foi predominantemente positiva em relação à obra de Peter Jackson. Vale apontar, entretanto, pouca correlação estabelecida entre a obra e o diretor nas questões que possibilitavam essa perspectiva, especialmente na questão aberta analisada aqui. Evidenciam-se, nesse caso, as dimensões afetivas dos prováveis fãs, muito mais articuladas à obra de Tolkien tanto na referência a *The Hobbit* quanto a *O senhor dos anéis* e à narrativa de fantasia. Esse aspecto reforça um cenário nacional articulado ao panorama global de valorização e apreciação desse tipo de narrativa audiovisual, evidenciado no sucesso das duas trilologias de Peter Jackson em todo o mundo, bem como de outras narrativas como *Harry Potter* e o recente fenômeno mundial *Game of Thrones*.

## Referências

- BARBETTA, P. A. *Estatística aplicada às Ciências Sociais*. Florianópolis: Editora da UFSC, 2007.
- GARCÍA CANCLINI, N. El Consumo Cultural: una propuesta teórica. In: SUNKEL, G. *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006. p. 72-95.
- JACKS, N. (Org.). *Meios e audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- JACKS, N.; PIEDRAS, E.; MENEZES, D. *Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- JACKS, N. “Tendências latino-americanas nos estudos de recepção”. *Revista da FAMECOS*, n. 5, Porto Alegre. FAMECOS/PUC, 1996.
- JENKINS, H. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.
- MARTÍN-BARBERO, J.; MUÑOZ, S. *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tecer Mundo Editores, 1992.
- MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, D.F.: Gustavo Gili, 1987.
- MARTIN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2003.
- \_\_\_\_\_. Recepción de medios y consumo cultural: travesías. In: SUNKEL, G. *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006. p. 47-71.

OROZCO, G. *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio. Cuadernos de Comunicación y Practicas sociales*. México: Universidad Iberoamericana, 1991.

\_\_\_\_\_. La condición comunicacional contemporánea. Desafios latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad en red. In: JACKS, N. et al. *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito: Ciespal, 2011.

RONSIMI, V. M. *Mercadores de sentido. Consumo, mídia e identidades juvenis*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.

TOALDO, M.; JACKS, N. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: XXII Encontro da Compós, 2013, Salvador. *Anais...*. Salvador-BA, 2013.

## **Sobre as autoras**

*Nilda Jacks* – Docente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS. Bolsista de Produtividade/CNPq. No presente artigo, a autora participou da concepção do desenho da pesquisa, do desenvolvimento da discussão teórica, da coleta e interpretação dos dados, da redação do manuscrito e da revisão do texto.

*Valquíria John* – Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGCOM e dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná – UFPR. No presente artigo, a autora participou da concepção do desenho da pesquisa, do desenvolvimento da discussão teórica, da coleta e interpretação dos dados, da redação do manuscrito e da revisão do texto.

*Daniela Schmitz* – Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. Publicitária e mestre em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. No presente artigo, a autora participou da concepção do desenho da pesquisa, do desenvolvimento da discussão teórica, da coleta e interpretação dos dados, da redação do manuscrito e da revisão do texto.

*Laura Seligman* – Doutora em Comunicação e Linguagens na Universidade Tuiuti do Paraná. Mestra em Educação na Universidade do Vale do Itajaí. Graduação em Comunicação Social Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. No presente artigo, a autora participou da concepção do desenho da pesquisa, do desenvolvimento da discussão teórica, da coleta e interpretação dos dados, da redação do manuscrito e da revisão do texto.

---

Data de submissão: 09/09/2019

Data de aceite: 10/07/2020