

A imagem do serviço social no cinema

Tarcísio José Ferreira, Maria Weila Coêlho Almeida

Resumo: Partindo do pressuposto central que a imagem da profissão atualmente construída sobre o processo de trabalho do Assistente Social é de profissão caritativa e messiânica (traços existentes na gênese da profissão) e não evidenciando a atuação do Assistente Social como um profissional garantidor de direitos. Percebe-se que a imagem do serviço social nos filmes e mídias é negativa, entretanto, apresenta-se de maneira ambígua, pois ao mesmo tempo em que é retratado na mídia e no cinema, estes veículos publicizam a imagem do assistente social propiciando visibilidade social deste profissional, reforçando os seus compromissos éticos e a hegemonia do projeto ético-político profissional.

Palavras-chaves: Serviço social; Filme; Mídia

Abstract: *Starting from the premise that the central image of the profession currently built on the work process of the social worker is charitable and messianic profession (existing traces the genesis of the profession) and not evidencing the performance of the social worker as a professional guarantor of rights. It is noticed that the image of social work in movies and media is negative, however, is presented ambiguously, as while it is portrayed in the media and film, these vehicles publish the image of the social worker providing social visibility this person, reinforcing their ethical commitments and the hegemony of professional ethical-political project.*

Keywords: *Social work; Films; Media*

Introdução

O presente artigo remete a representação social que o cinema constrói sobre o processo de trabalho do/a Assistente Social. Na linguagem cinematográfica são encontrados aspectos da representação e constituição da realidade, que levam os espectadores a construir novas formas de pensamento. Um filme de ficção não tem compromisso em exprimir a realidade, entretanto, como conteúdos pedagógicos, muitas questões interessantes podem ser abordadas.

Tratar da imagem do serviço social nas mídias tem uma relevância imensa, pois, vê-se a imagem desses profissionais sendo expostas de várias maneiras, porém, quase sempre, de forma errônea ou caricaturada. O assistente social tem em sua formação ainda resquícios dos estigmas de ajuda e relações religiosas, contudo essa estigmatização precisa ser extinta e não reforçada na mídia como vem sendo tratada a maior parte do tempo. O serviço social é uma profissão reconhecida e regulada por lei específica, o código de ética, e não mais como um fetiche de ajuda.

A compreensão desta temática permite ao Assistente Social fazer uma reflexão crítica de como ele é, e como pretende ser em relação à atuação profissional enquanto Assistente

Social, reforçando os seus compromissos éticos. Um árduo processo de estudos foi realizado para propiciar a compreensão desta temática, através de filmes, mídias e questionários aplicados com assistentes sociais e alunos concluintes de graduação em serviço social, objetivando o levantamento de dados que clareassem esta pesquisa.

Apesar de ser um tema com uma escassez considerável de trabalhos realizados, chama a atenção para uma gama de conteúdos que este traz em seu escopo e sua importância na cultura, profissionalização e ao longo da história, inclusive, na sociedade brasileira. Assim, foram abordados aspectos diferentes de uma mesma linha de raciocínio – a mídia e o serviço social –, dessa forma torna a presente pesquisa mais enriquecida e amplifica a visão que se tem com relação à mídia e o Serviço Social.

Cinema, mídia e sociedade.

O debate acerca do “cinema e a mídia”, sobretudo ao exprimir sobre estes meios de comunicação inseridos na sociedade contemporânea globalizada, não acontecem dissociados da análise a respeito do entendimento já construído sobre as questões sociais, em que estas construções incorporam as representações sociais sobre o que é transmitido pela mídia e o cinema (por intermédio dos filmes) ao imaginário e subjetividade dos espectadores. Em termos históricos a questão social pode ser entendida como:

expressão politizada da desigualdade social inerente à constituição da sociedade burguesa. Sua emergência e visibilidade está organicamente vinculada à constituição da classe trabalhadora na medida em que, como sujeito-político coletivo, ela publiciza a pobreza, expondo a contradição que marca a relação capital/trabalho, presente no antagonismo entre as contradições em que ambas as classes se inserem no processo de produção e usufruto da riqueza socialmente produzida. (MOTA, 2000, p. 1)

Entende-se por mídia “não só a mídia tradicional como a televisão, incluindo a programação e os intervalos comerciais, como também o rádio, jornais e revistas, mas também as novas mídias dentre elas sites e blogs da internet”, Conforme descreve Aronovich, (2011). Ainda conforme Leite, (1998), O termo mídia, é empregado corretamente no Brasil, para se referir ao conjunto de meios de comunicação.

Segundo Deleuze, (1980), o cinema é o único dispositivo capaz de nos dar uma percepção direta do tempo. Na sociedade contemporânea, o cinema e as mídias, são parte integrante da esfera pública, adquirindo cunho transnacional pela capacidade de projetar assuntos e questões políticas, literárias, científicas etc. em âmbito mundial com impactos significativos. Conforme aponta Macé, (2006), “os contornos de esfera pública são coextensivo ao alcance das formas de problematização da realidade pelos atores” (p.89).

Sales, (2011), descreve que “as notícias começaram a ser transmitidas, no século XX, a partir da articulação inédita entre texto, som e imagem, graças ao cinema, depois à televisão” trazendo impactos nos processos socioculturais decorrentes do suporte globalizado midiático e cinematográfico. Contudo, Eisenberg e Pogrebinschi, (2002), afirmam: “sem mídia não há informação e sem informação não há democracia”.

Se concluimos que, nem a mídia nem a informação são por si só democráticas e que esta não é produzida nem acessada de forma equitativa pelas diferentes classes sociais, parece-nos incontestável que a discussão sobre mídia e democracia deve começar pela necessidade premente de democratização, como condição para a construção de uma sociedade democrática (ZANETTI, 2011, p. 248).

A produção do conteúdo de grandes emissoras de televisão, rádio e grandes jornais esta muito aquém da abrangência da democrática soberania popular, visto que a exemplo do Brasil a comunicação de massa é feita por grupos privados, combinado com os interesses das classes dominantes, Comparato, (2000). Os autores como Ruiz e Comparato consideram que a internet executa função amplamente democrática:

Desse esquema de avassaladoramente oligárquico só escapa a internet, em razão de sua estrutura atomística. Compreende-se assim, por que essa via democrática de comunicação tenha sido o veiculo bem-sucedido de mobilização do povo (...). (COMPARATO 2000, p.192).

A mídia é um importante veiculo de comunicação formadora de opinião, comportamento e transformação sociocultural, entretanto, no Brasil, de acordo com o Conselho Federal de Serviço Social - CFESS (2013), há mais de 50 anos, os principais canais televisivos e rádios estão concentrados nas mãos de um pequeno oligopólio de famílias abastardas, desde o código Brasileiro de Telecomunicações é de 1962, sem qualquer chance de participação popular. Ainda no âmbito do Brasil é importante ressaltar o poder de mobilização popular propiciado pelos meios de comunicação alternativos, em que podemos citar as diversas manifestações de massas, organizadas através das redes sociais. Em um instigante artigo intitulado: “Os dias que abalaram o Brasil: as rebeliões de junho, julho de 2013”, Ricardo Antunes e Ruy Braga discorrem sobre as manifestações de junho e julho no Brasil (2013): “Conectados pelas redes sociais, exigiram dignidade, liberdade, melhores condições de vida”.

A diversidade e o cinema

No Brasil, a Agência Nacional do Cinema – ANCINE, criada no ano de 2011, pela Medida Provisória 2228-1, é uma agência com atribuições de fomento, regulação e a fiscalização do mercado do cinema e do audiovisual no Brasil, responsável por incentivar o investimento privado, para que mais produtos audiovisuais nacionais e independentes sejam vistos por um número cada vez maior de brasileiros, levando através dos filmes a cultura e diversidade nacional. A Revista da “Associação de Docentes e Pesquisadores da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande Sul – ADPPUCRS” conceitua a diversidade como sendo:

O conjunto das diferenças e peculiaridades individuais. Diversidade é esse conjunto de peculiaridades individuais que não se iguala, que é impossível padronizar, por mais que a sociedade deseje unificar (2004,p. 2).

O cinema aborda a diversidade em seus mais variados aspectos através de representações filmáticas de cunho étnico-racial, questões ligadas ao gênero, regionalismo, a diversidade sociocultural, religiosa. De acordo com o Ministério da Cultura - MinC. (2013), “incentivar as

atividades de vídeo e cinema é estimular a cultura nacional”. Saji, (2005), descreve que “do ponto de vista econômico e social a diversidade está relacionada com o respeito à diferença, e a não-discriminação da sociedade”, proporcionando a diminuição do preconceito nas relações pessoais e no exercício da cidadania.

A violência contra a mulher é exposta no filme brasileiro intitulado: “Amor?” (2010), dirigido por João Jardim, aborda e dá visibilidade a temática sobre violência doméstica e familiar contra as mulheres, retratando quem já agrediu, quem já foi agredido, quem já presenciou ou apenas ouviu falar em alguma forma de violência: física, sexual, moral, verbal, psicológica ou patrimonial. O filme “Amor” tem o importante papel em sensibilizar o espectador a respeito dos direitos das mulheres, amparados pela Lei 11.340/2006, denominada Lei Maria da Penha.

Torna-se necessário publicizar imagens positivas de grupos estereotipados e estigmatizados, como parte de uma estratégia de luta política, em que na arte e especialmente no cinema:

A representação social possibilita uma política identitária de confronto e marcação das diferenças que, num primeiro momento, enfatiza uma luta política e teórica contra a repetição de imagens negativas em favor da necessidade de imagens positivas. (LOPES, 2006, p.379)

O filme brasileiro “Anjos da noite”, (1987), dirigido por Wilson Barros e o filme estadunidense, “Meu querido companheiro”, (1989), dirigido por Norman René, são filmes que publicizam e traçam a discussão acerca da homossexualidade ao enfatizar a relação entre estereótipo e estigma cultural em uma sociedade conservadora. Ainda conforme Lopes:

A chave do surgimento desses grupos reside na visibilidade pública para combater preconceitos e formas de exclusão, muitas vezes associados aos discursos médico, legal e religioso, bem como na busca da igualdade de direitos em uma sociedade marcada pela universalização dos valores do homem euro-norte-americano, adulto, heterossexual e branco. (2006, p. 379).

No cinema, inúmeras produções filmáticas proporcionam uma análise sobre distintas formas de expressões da diversidade existente nos países, a partir do qual pode-se conhecer, aprender e respeitar as diferenças. De acordo com Abramowicz (2006, p12) “diversidade pode significar variedade, diferença e multiplicidade. A diferença é qualidade do que é diferente; o que distingue uma coisa de outra, a falta de igualdade ou de semelhança”.

Diante das reflexões expostas, o cinema através dos filmes visualizados tanto no âmbito do próprio cinema (espaço físico), como na televisão, *sites blogs*, canais do *youtube* e dentre as mais variadas formas de visualizações filmáticas, constituem contribuição essencial para chamar atenção para a diversidade e o respeito às diferenças, demonstrando segundo as autoras Nogueira, Felipe e Teruyaque, (2008), “a diferença pode ser bela, que a diversidade é enriquecedora e não pode ser sinônimo de desigualdade” e faz parte de um organismo próprio constituinte de um espaço público de convívio social.

O pluralismo cultural sobre a ótica do cinema.

A comunicação tem importância fundamental na organização de uma sociedade, entendida como o objeto tornado comum: uma comunicação ou um comunicado, também como os meios físicos de transporte: as vias de comunicação e, ainda, como os meios tecnológicos de transmissão de informação. Os meios de comunicação sonoros: rádio e telefone; escrita: revistas, diários e jornais, audiovisuais: televisão e cinema. “Embora apresente muitas ambiguidades, a comunicação, é sem dúvida, uma das mais importantes características da modernidade e vem evoluindo em estreita relação com a dialética, e não mecânica, com as relações sociais. É, portanto, um objeto em constante transformação.” Figueiredo, (2005).

Para Ruiz, (2005), o surgimento da imprensa escrita, do rádio, do telefone, do cinema, da televisão, da internet e de outros meios de comunicação está entre os fatos que marcaram os séculos XIX e XX e a história da humanidade. Conforme Gutierrez, (1978), os meios de comunicação em suas múltiplas representações dos sons e imagens, não modifica o homem apenas enquanto indivíduo, mas sim, todo o seu meio cultural.

A comunicação é um processo de interação no qual compartilhamos mensagens, ideias, sentimentos e emoções, podendo influenciar o comportamento das pessoas, que por sua vez, reagem a partir de suas crenças, valores, história de vida e cultura.

Hoje, numa sociedade mediatizada¹, os meios de comunicação assumem importante papel na articulação do discurso, na efetivação da linguagem, na liberdade, igualdade e solidariedade entre os seres humanos. Os meios de comunicação, como responsáveis pela circulação de informações, trazem para si a responsabilidade de cooperar para a efetivação da democracia na sociedade contemporânea. (BOZI, 2006, p. 04).

De acordo com Luis, (1949), cada cultura é o resultado de uma história de vida particular, incluindo também as relações com outras culturas, que podem ter características bem diferentes da sua própria cultura. Em suma, José Luis aponta que cultura “pode ser entendida por muita coisa”:

Cultura está muito associada a estudo, educação, formação escolar. Por vezes se fala de cultura para se referir unicamente às manifestações artísticas, como o teatro, a música, a pintura, a escultura. Outras vezes, ao se falar na cultura da nossa época ela é quase identificada com os meios de comunicação de massa, tais como o rádio, o cinema a televisão. Ou então cultura diz respeito às festas e cerimônias tradicionais, às lendas e crenças de um povo, ou a seu modo de se vestir, à sua comida a seu idioma. (SANTOS, 1996, p. 21-22).

Ainda, de acordo com a Secretaria do Ministério da Cultura do Brasil, (2012) “Comunicação é cultura, em razão da centralidade do processo de produzir, transmitir, compartilhar e fruir valores de uma sociedade. A cultura é comunicação sob a consideração de que por meio

¹ O termo mediatizado é sinônimo de midiático, este último é empregado mais corretamente no Brasil, para se referir às instâncias da política, do entretenimento, da aprendizagem. Já em um nível macro, tratasse da midiaticização da própria sociedade. Braga, 2007, p. 141, *apud* (STASIAK, D. 2009).

dela se dá a transmissão dos valores simbólicos presentes na sociedade brasileira”. Assim, “cultura e comunicação são conceitos suplementares, não se constituindo, nem um, nem outro fundamento, mas condição necessária para a compreensão e existência de cada um”, conforme ressalta Perles, (2005).

Para Oliveira, Duque, Weyl (2011), Wittgenstein foi um filósofo que dedicou a sua reflexão para a linguagem e trabalhou demasiadamente este conceito. Para ele a linguagem é como um espelho do mundo e vice-versa. De fato, é possível perceber que a linguagem não é apenas formas de comunicação: ela é uma expressão cultural de determinada sociedade. Ao nos comunicar com palavras vamos automaticamente construindo imagens em nossas mentes.

O cinema é um meio de comunicação, assim como o rádio e a TV, ele teve uma força extraordinária. Arrais, (2005) destaca que, a televisão é herdeira do cinema, acerca do aspecto audiovisual, sobretudo, pela possibilidade de estar inserida nos lares, tornando-se um poderoso meio não só de reprodução de imagens, mas também de informações e disseminação de hábitos e costumes.

Ainda de acordo com o autor supracitado, (2005), em setembro de 1950, surge no Brasil à primeira estação de televisão. Este fato provocou transformações na indústria cultural, produzindo uma crise nos demais veículos de comunicação, como, jornal impresso, rádio, e o cinema, havendo a necessidade dos seus produtores inovarem o conteúdo e formato destes meios.

Conforme ressalta Coelho, (1997), com o aperfeiçoamento e a globalização dos meios de comunicação, os modos culturais, tornaram-se dinâmicos, sobremodo, que o fenômeno cultural desvincula-se dos seus espaços e tempos originais, e são transplantados para outros espaços e tempos se recombina com outros modos e novas práticas culturais. O transporte e a comunicação ágil criam experiências econômico-políticoculturais vivenciadas pela população:

Ligo a minha televisão japonesa e o que vejo é um filme-mundo, produzido em Hollywood, dirigido por um cineasta polonês com assistente Frances, atores e atrizes de dez nacionalidades e cenas filmadas nos quatro países que o financiam, afirma Canclini. É a produção cultural em escala industrial. Produzem-se filmes como se constroem carros. (RUIZ, 2005, p. 87).

Com o aprimoramento e a expansão da comunicação, o contato entre os grupos humanos transforma a vida e a realidade quotidiana cultural dos povos. No Brasil a Rede Globo de Televisão certamente influencia no campo do comportamento cultural, Narloch, (2005), mostra uma pesquisa de Luiz Augusto Milanesi, da Universidade de São Paulo – USP, acerca do efeito desta emissora no aspecto cultural com a chegada da televisão em Ibitinga, cidade do interior de São Paulo.

Assistindo a atores e jornalistas, os moradores descobriram que palavras como “compreto” e “fruta” estavam erradas. Mas, sem certeza do quanto já tinham se enganado, acabaram também trocando as letras em palavras

corretas – “freira” virou “fleira”. E se “paia” virou “palha”, “meia” passou a ser “melha”. (NARLOCH, 2005, p. 84).

Esta transformação cultural não está restrito apenas ao Brasil, “há 25 anos as telenovelas da Globo são exportadas”, (BUCCI, 2004), expõe que em Cuba “paladar”, no feminino, é o termo que identifica um tipo de restaurante, em que as casas das famílias cubanas servem refeições como estabelecimento autônomo, privado, sem ter o governo como sócio, “Paladar” era o nome de um restaurante da novela global *Vale-tudo*.

A televisão pode ser uma forma de levar cultura para a população, conhecimento como um todo e a informação, ao assistir clássicos da literatura sobre forma de filmes, assistir obras primas do cinema, que de outra forma a população não teria acesso, clássicos da cinematografia como: Ben-Hur, 1959, A Lista de Schindler (Schindler’s List), 1993, Spartacus, 1960, beneficiando o desenvolvimento social. Teixeira Coelho cita exemplos, que graças a veículo como a TV, as crianças hoje dominam muito mais cedo à linguagem. Citam-se exemplos como o da moda, capaz ao longo prazo de promover alterações positivas no comportamento moral, ético, dos indivíduos.

Dessa forma, é importante perceber que essa expressão cultural através dos veículos de comunicação, pode ser muito mais do que entretenimento, pode ser uma maneira de sintetizar reflexões, “constituindo uma contribuição essencial para chamar atenção sobre o papel (e também limites) da comunicação na democratização das relações sociais, econômicas e políticas e como campo de ação política estratégica para a transformação da sociedade”, Boschetti, (2009). Com o acúmulo de informação, transforma-se em formação dos indivíduos, contribuindo para uma melhor qualidade de vida.

A ideologia e o cinema.

Ao discutir a relação entre cinema e ideologia, as considerações estarão concentradas ao cinema ficcional, aplicando-se a diferentes modalidades de produção cinematográfica. Roberto Bobbio, (1999) ressalta que “O poder ideológico se baseia na influência que as ideias formuladas de certo modo, expressas em certas circunstâncias, por uma pessoa investida de certa autoridade e difundidas mediante certos processos exercem sobre a conduta dos consociados”, neste sentido o cinema é uma forma de arte audiovisual, que pode funcionar como um meio de comunicação e veículo ideológico, transmitindo um conjunto de valores à sociedade. Marilena Chauí descreve:

A ideologia continua sendo aquela atividade filosófico-científica que estuda a formação das ideias a partir da observação das relações entre o corpo humano e o meio ambiente, tomando como ponto de partida as sensações; por outro lado, ideologia passa a significar também o conjunto de ideias de uma época, tanto como “opinião geral” quanto no sentido de elaboração teórica dos pensadores dessa época. (CHAUÍ, 1986, p.25).

O teórico Stuart Hall amplia o conceito de ideologia, ao descrever:

Por ideologia eu compreendo os referenciais mentais – linguagens, conceitos, categorias, conjunto de imagens do pensamento e sistemas de

representação – que as diferentes classes e grupos sociais empregam para dar sentido, definir, decifrar e tornar inteligível a forma como a sociedade funciona (HALL, 2003, p. 267, *apud* ROBERTA, 2009, p. 90).

A burguesia como classe dominante no modo de produção capitalista, precisa criar os seus instrumentos de dominação que vão da coerção física através do aparato repressor, às ferramentas de dominação ideológica. A ideologia pode estar concatenada a ações políticas, econômicas e sociais remetendo aos interesses da classe dominante. Portanto, Gramsci sugeriu que a elite emprega a ideologia para impor seus interesses às outras classes sociais – a massa, para que uma classe se torne dirigente de uma sociedade deve conquistar a direção, baseada na própria ideologia, na sua organização e superioridade moral e intelectual. Marx e Engels, em *A Ideologia Alemã*, (1984, p. 72) *apud* Brandão e Dias, (2007, p. 84) descrevem da seguinte maneira:

As ideias ('Gedanken') da classe dominante são em cada época, as ideias dominantes; isto é, a classe que é a força material dominante na sociedade é, ao mesmo tempo, sua força espiritual dominante. A classe que tem a sua disposição os meios de produção material dispõe, ao mesmo tempo, dos meios de produção espiritual, o que faz com que a ela sejam submetidas, ao mesmo tempo e em média, as ideias daqueles aos quais faltam os meios de produção espiritual.

Entre as ferramentas de dominação ideológicas encontram-se a propaganda, histórias em quadrinhos, filmes, novelas, na cultura e etc., o ser humano consome cultura, e a cultura como necessidade do ser humano é utilizada pela burguesia para manter a sua dominação ideológica. O filme de animação estadunidense *Shrek terceiro*, 2007, aborda ideologicamente o contexto contemporâneo de uma nova configuração familiar e o papel do homem frente à questão de se tornar um pai.

Nessa passagem entre ele e Fiona, aonde ela diz que aquilo tudo para ela é muito valioso, e ele insiste que o único valor que ele tinha era enquanto ogro que apavora as pessoas. O seu valor social, e o valor que tem dentro de casa não conseguem fazer dele algo que ele goste de olhar no espelho, então por isso a covardia, uma domesticidade, onde ele não consegue fazer valer, porque está em um território que sempre foi feminino. Se bem que as mulheres precisam vencer em um território que sempre foi masculino, as inversas também são um desafio, a qual Shrek tem vontade de fugir. Esses são os novos pais, frutos de novos homens e novas mulheres. (41:16min. – 42:07min.).

Alguns filmes são produzidos para transmitir a questão política do momento. O cinema de Youssef Chahine, do Egito, rompe com tradicionais comédias e procura desenvolver temáticas que estejam voltadas para as questões políticas e sociais atuais, pode-se citar "A guerra de 6 dias", com Israel, no filme "O Pardo", (1972).

Conforme Bernardet, (1980), o governo revolucionário Cubano, imputou extrema importância ao cinema, desenvolveram-se inicialmente o noticiário e o documentário, posteriormente contaram com os estrangeiros, franceses e tchecos, para criarem o cinema de

ficção. São amostras de sua originalidade e estética *A Última Ceia* (THOMAS GUTIERREZ ALEA, 1976) e *Os Dias da Água* (MANUEL OCTAVIO GOMES, 1971), exibidos no Brasil.

O filme *Machuca* dirigido por Andrés Wood em 2004, se passa em Santiago, no Chile, retrata o golpe militar de 1973, com derrubada do Governo de Salvador Allende, mostrando claramente a luta de classes entre o governo socialista e a direita nacionalista tentando retornar ao poder.

No Chile, durante os governos de Frei e Allende, afirma-se um cinema documentário e de ficção que questiona a situação social e logo aborda problemas políticos específicos do momento. (BERNARDET, 1980, p.99).

Em 1956 surgia no Brasil a Bossa Nova, lançada por João Gilberto, Tom Jobim, Vinícius de Moraes dentre outros, a partir da reinvenção das batidas do samba. Neste mesmo período surgia no teatro os grupos que marcariam o palco: Arena e Oficina em São Paulo, posteriormente surgem no Rio de Janeiro: Opinião, tendo como marco a busca pelo jeito de interpretar e personagem que correspondessem com jeito de falar do povo brasileiro, abordando assuntos que privilegiasse o povo e cultura brasileira.

No âmbito do cinema buscou-se um cinema nacional que mostrasse os questões políticas e problemas sociais. Pinto (2000, p. 158) *apud* Rocha (1961) exprimiu:

Nós não queremos Einstein, Rossellini, Bergman, Fellini, Ford, ninguém. (...) nosso cinema é novo porque o homem brasileiro é novo e a emblemática do Brasil é nova, e nossa luz é nova por isso nossos filmes já nasceram diferentes do cinema da Europa.

Assim, se desenvolvia o cinema novo brasileiro em que a realidade social era mostrada nas telas produções que podem ser classificadas em três grandes temáticas ligadas à vida em um país fundamentalmente rural: a escravidão, o misticismo religioso e a violência que predominava na região nordestina, dentre estas produções cinematográficas estão os filmes: "*Ganga Zumba, rei dos Palmares* (1963) e *Os Herdeiros* (1970), de Carlos Diegues; *Terra em transe* (1967) e *O Dragão da maldade contra o santo guerreiro* (1969) de Glauber Rocha". Carvalho (2006). Desta forma os cineastas brasileiros estavam confiantes que, com as realizações de seus filmes poderiam escrever uma nova história para o Brasil.

A partir de 1967 o Brasil vivia uma época de grande conflito político, por causa da guerra fria, que dividia o mundo entre ideias socialistas e capitalistas, tendo influências diretas sobre as expressões artísticas e culturais no Brasil.

Na década de 1960, nesse período os Estados Unidos da América (EUA), tinha se estabilizado como uma grande potência passando a financiar golpes militares, naquela época o principal objetivo dos países democráticos era o de se instaurar como ditaduras (FAQUIM, 2012, p.8).

O golpe militar de 1964 no Brasil foi dado com a articulação das forças da burguesia, contra um governo democraticamente eleito, que no julgamento desta classe dominante deste país, estava colocando em risco a sua dominação frente à sociedade, pois era um governo

em que as classes trabalhadoras se organizavam cada vez mais e ganhavam cada vez mais força, atuando juntamente com os movimentos estudantis.

Os golpistas de 1964 agiram tanto do ponto de vista do aparato repressivo com forças policiais, com prisões e torturas, quanto do ponto de vista ideológico, com censuras aos meios de comunicação e a “desarticulação dos movimentos culturais e artísticos comprometidos com a afirmação da identidade nacional” (PINTO, 2000).

A imagem do serviço social no cinema

A discussão acerca da *imagem do serviço social no cinema* resgata, com êxito, “a construção da dimensão do projeto ético-político profissional a comunicação como política estratégica capaz de ampliar os horizontes de uma práxis social e profissional comprometida com a liberdade e a emancipação humana”, conforme aponta Sales, (2011).

Machado, (1994), conceitua as *imagens técnica* como a configuração de intervenção da realidade:

Por “imagens técnicas” designamos em geral uma classe de fenômenos audiovisuais em que o adjetivo (“técnico”) de alguma forma ofusca o substantivo (“imagem”), em que o papel da máquina (ou seja lá qual for à mediação técnica) se torna tão determinante a ponto de muitas vezes eclipsar ou mesmo substituir o trabalho de concepção de imagens por parte do sujeito criador, o artista que traduz as suas imagens interiores em obras dotadas de significado numa sociedade de homens (MACHADO, 1994,p.10).

O processo de trabalho do cientista aproxima-se do processo de trabalho do artista, para isso, necessitam de imaginação. De acordo com os autores Aranha e Martins, (1987), um dos sentidos de criar é imaginar. Imaginar é a capacidade de ver além do imediato, do que é, de criar possibilidades novas.

No início da criação do cinema os primeiros filmes causaram espanto aos espectadores que ao avistarem o trem, na primeira exibição de Lumière, saíram correndo, no entanto, na atual conjuntura tornou-se comum a utilização das imagens e a subjetividade de suas representações.

O cinema dá a impressão de que é a própria vida que vemos na tela, brigas verdadeiras, amores verdadeiros. Mesmo quando se trata de algo que sabemos não ser verdadeiro [...]. No cinema, fantasia ou não, a realidade se impõe com toda força (BERNARDET, 1980, p. 13).

A autora Belloni, descreve no texto de discussão da série Sociologia, do Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília, (1988), que a força da representação das imagens, suas possibilidades de analogia direta com objetivos desconhecidos, faz das mensagens cinematográficas uma presença mágica e difusa que envolve o mundo da civilização industrial aos olhos das novas gerações. “os sonhos entraram no circuito da economia”. Ainda conforme, Aumont, (1995) a “civilização da imagem” revela a situação de um mundo

onde a quantidade, as modalidades e o intercâmbio de imagens são cada dia mais numerosas.

Vivemos num turbilhão de imagens e ecos que interrompem a experiência e reapresentam (*replay*) em câmara lenta. As câmaras e gravadores não apenas transcrevem a experiência, mas alteram sua qualidade, dando a uma grande parte da vida moderna de caráter de uma enorme sala de ecos, de um palácio de espelhos. A vida se apresenta como uma sucessão de imagens ou sinais eletrônicos, de impressões gravadas e reproduzidas por fotografia, cinema, televisão e sofisticados aparelhos e gravação. A vida moderna é tão completamente mediatizada por imagens eletrônicas que não podemos deixar de reagir aos outros como se suas ações – e as nossas – estivessem sendo gravadas e transmitidas, simultaneamente, a uma audiência invisível, ou então armazenadas para mais tarde serem examinadas mais de perto. Sorria, a câmara observa você. (LASCHI, 1979, p.47).

Numa sociedade mediatizada, o cinema, através de filmes, assume um papel muito importante na exposição de um discurso onde é evidenciado o papel do profissional assistente social, em que é propalado na sociedade informações, trazendo para os assistentes sociais a responsabilidade de cooperar para a garantia e efetivação da democracia na sociedade contemporânea. Para Sales, (2009), um dos objetivos teóricos do Assistente Social consiste em promover a participação ativa, a atitude crítica na vida, tornando-se essencial, a ressignificação das palavras e a adequação da linguagem numa perspectiva emancipatória.

Neste sentido, faz-se necessário “assegurar o acesso da população na condição de receptores críticos da informação, capazes de problematizar seu sentido e significado, além da apropriação dos meios de comunicação como condição para ampliar o eco da fala política junto à sociedade” (BOSCHETTI, 2009, p. 22).

A mídia e o serviço social

Em um contexto de uma série de inovações tecnológicas, torna-se necessário pensar a atuação e visibilidade do assistente social, frente a estas inovações, em que a “socialização será organizada socialmente e a consciência vai ser reproduzida industrialmente” conforme aponta Belloni, (2009).

Tais meios irão fundar, no contexto da emergente sociedade industrial, formas de organizações próprias, ao tempo em que serão capazes de interferir na autoimagem, ou seja, no imaginário e nas representações que a sociedade possui sobre si mesma. (SALES, 2011, p. 34)

Para Enzensberger, (1973), “o rádio, os filmes de ficção, a televisão, a publicidade, todos os produtos da “indústria cultural” fazem parte do conjunto de instrumentos deste modelamento dos espíritos” que é uma característica fundamental desta sociedade.

Com a Revolução industrial, inicia-se a "segunda onda" ou "sociedade industrial", onde a "fábrica" passa a ser a unidade produtora de recursos

econômicos e principal fonte de empregos. No entanto, o avanço da tecnologia, da informática, da robótica e da telecomunicação apresenta um quadro novo: o trabalho físico e intelectual do homem é substituído pelas inovações técnicas, proporcionando o aparecimento da "terceira onda ou sociedade da informação" (FERREIRA, 1997).

Através da mídia em suas mais diversas configurações, o Serviço Social vem aparecendo, cada vez mais, em filmes, novelas, programas humorísticos, entre outros, o que confere visibilidade. Entretanto, nem sempre as abordagens correspondem a um profissional comprometido com a efetivação e garantia de direitos, conforme preconiza o Código de Ética Profissional do Assistente Social.

Em recente retratação do assistente social em um programa humorístico de televisão (2013), deturpa a imagem da profissão, ao reproduzir uma profissional descomprometida, assistencialista, preconceituosa e sem valores profissionais, sem ser consonante com o Código de Ética de 1993, que orienta o fazer profissional do assistente social.

O quadro do Zorra Total "E você, deseja o que?", da Globo, provocou a ira de assistentes sociais, que reclamaram nas redes sociais por considerarem preconceituosa e discriminatória a forma como o serviço social foi abordado, mesmo se tratando de um programa de humor, com personagens fictícios e que não retratam a realidade. (CFESS, Quarta, 17 de julho de 2013.)

A personagem Humberlinda, retratada pela atriz Kátiuscia Canoro, em certo momento pronuncia o jargão: "Vocês são gente... **quase** que como nós", [grifo meu], ao se referir aos usuários da política pública, com um discurso que o desqualifica, transmitindo ao imaginário dos espectadores que o assistente social é um profissional descomprometido com o usuário de serviço social.

O entendimento é de que a obra é fictícia. Entretanto, levando em consideração o poder de influência e de construção de estereótipos que as novelas e programas televisivos em geral podem ter em relação à sociedade, é dever do Conselho Federal de Serviço Social - CFESS esclarecer que o papel do/a assistente social em algumas obras é distorcido da realidade do/a profissional de Serviço Social.

Desta forma, o CFESS lançou uma nota de repúdio específica sobre o quadro do programa humorístico supracitado:

O CFESS já se manifestou publicamente a respeito das retratações feitas em séries e novelas televisivas, inclusive com o envio de cartas e ofícios às centrais de produções das emissoras, embora sem obter quaisquer respostas, mesmo após reenvio dos documentos. Além disso, por serem obras fictícias, as emissoras alegam, sem impedimento jurídico, que as retratações não ilustram efetivamente nenhuma pessoa ou profissão específicas. Ou seja, vão continuar surgindo personagens "assistentes sociais" que, provavelmente, não representarão o serviço social preconizado pelo Código de Ética Profissional e pela Lei 8.662/1993, até

que se discuta de fato, a democratização da comunicação no país. (CFESS, Quarta, 17 de julho de 2013).

Nesta perspectiva dialética, a categoria dos assistentes sociais torna-se uma importante fonte para a mídia, pois estes profissionais lidam diariamente com a camada socialmente menos favorecida e mais vulnerabilizadas como os trabalhadores, crianças, adolescentes, idosos, pessoas com deficiência, mulheres, negros, índios, homossexuais e suas respectivas famílias, lidando diretamente com as expressões da questão social como o desemprego e a violência.

O programa “*Custe o que custar – CQC*”, da TV Bandeirantes, divulgou na segunda-feira (7) de outubro de 2013, uma matéria sobre a violência contra a mulher, no quadro intitulado “Documento da Semana”. Nesta matéria, o quadro entrevistou a assistente social e conselheira do CFESS Maria Elisa Braga, que atua na área da não violência contra as mulheres. Para a conselheira do CFESS, Maria Elisa Braga: “A defesa intransigente dos direitos humanos, é fundamental o envolvimento nas lutas pelos direitos das mulheres e contra a violência”, explica.

Os filmes de grande repercussão como: “Preciosa (2009), A órfã (2009), e Caso 39 (2009)” abordam o trabalho do assistente social, dando visibilidade midiática para a profissão. Neste contexto, a mídia aparece, com uma função ambígua, reiteramos que o papel do assistente social interpretado em algumas produções midiáticas não condiz com a realidade e prejudica a imagem da profissão, entretanto, estas produções conferem visibilidade em que os assistentes sociais pouco a pouco têm saído do anonimato. Barreto, (2011), descreve: “Por outro lado, requer que sejamos profissionais e cidadãos, vigilantes a tudo que possa envolver a mídia, (...) dada à complexidade de forças sociais e poderes de disputa e em confronto neste circuito”, renovando a sua imagem a partir do projeto ético político da categoria, centrado nas suas legislações, como o Código de Ética Profissional de 1993 e a Lei 8.662/1993 que dispõe sobre a profissão de Assistente Social.

Conclusão

Com o término do processo investigativo, chega-se a uma conclusão, derivada, em particular acerca da imagem do Serviço Social no cinema, relativizando com as mídias, averiguando a representação social construída por estes veículos, sobre o processo de trabalho do profissional assistente social, como abordam e prescrevem a profissão, todavia, compõe-se como um processo inacabado e dialético, tencionando diversas características provenientes dos projetos da profissão e perfis profissionais.

Ressalta-se que a maioria dos filmes são de produção americana, devido a escassez de filmes brasileiros realizados com a temática, objeto deste estudo. Os cenários e as décadas das produções filmáticas são diferentes do contexto brasileiro, contudo, oferecem um importante mecanismo de apreciação para a reflexão do fazer profissional do assistente social.

Contudo, as distinções apresentadas acerca da imagem do assistente social nos filmes e na mídia, a maioria das vezes não representam a contemporaneidade do serviço social,

trazendo fortes resquícios de um serviço social obsoleto, que atuava realização de caridade, sendo bonzinho, ou punindo os seus usuários em nome do Estado ou da moral e bons costumes, sendo representado pela mídia como um profissional que comete uma série de equívocos na sua atuação, apresentando-o com características messiânica, ora fatalista ou arbitrarismo.

Assim, todo esse processo, a meu ver, coloca o assistente social de forma negativa, em que muitas vezes uma imagem apresentada é para garantir direitos, mas a situação transmitiu a ideia de punição. Observou-se também uma questão de gênero, em que dentre filmes visualizados para este trabalho, apenas um (1), o papel do profissional de serviço social é interpretado pela figura do sexo masculino, fazendo menção ao que predominava nos primórdios da profissão, em que, apenas, mulheres atuavam como assistente social.

No entanto, a figura do assistente social ao ser publicizado pelos diferentes veículos de comunicação, incluindo os filmes, contribuem de forma positiva para o serviço social, lhe conferindo visibilidade social. Observa-se cada vez mais aparecer o serviço social em programas televisivos humorísticos, novelas, rádio, cinema e outros. Segundo Sales, (2009), os assistentes sociais conseguiram se multiplicar por meio de um trabalho de “formiguinha”, muitas vezes invisível, mas bastante fecundo, lutando pela afirmação de uma nova imagem pública e novos conteúdos para as ações profissionais e também para as políticas sociais.

O assistente social resignifica a sua prática profissional frente ao sistema capitalista, em que a categoria cuja consciência crítica ingressa no universo da prática política e da classe trabalhadora, provocando profunda reflexão na sua atuação profissional, revertendo à associação com a caridade e a filantropia, pautando-se pela defesa dos direitos como princípio do projeto ético político profissional, inscrevendo-se numa atuação voltada para a defesa, o respeito e valorização dos direitos do Cidadão/ã Idosos, Crianças, Adolescentes, Mulheres, deficientes e Minorias, entretanto, essa imagem ainda não foi incorporada pelo cinema e pelas mídias.

Referências

A EDUCAÇÃO DE PEQUENA ÁRVORE. Diretor: Richard Friedenberg. Produção: Jake Eberts. EUA. 1996. 1 DVD (110 min.). Color. Paramount Pictures . Título original: The Education of Little Tree.

A ÓRFÃ. Diretor: Jaume Collet Serra. Fotografia: Jeff Cutter. EUA. 2009. 1 DVD (122 min.). Color. Warner Bros. Título original: Orphan.

CASO 39. Direção: Christian Alvert. Produção: Steve Golin Kevin Misher. EUA, Canadá, 2009. 1 DVD (109 min.). Misher Films. Color. Título original: Case 39.

ELEFANTE BRANCO. Diretor: Pablo Trapero. Argentina, França, Espanha. 2012. Paris. 1 DVD (1h45min). Color. Título original: Elefante Blanco.

LILO & STITCH. Diretor: Chris Sanders. Produção: Clark Spencer. EUA. 2002. 1 DVD (85 min.). Color. Walt Disney Pictures. Título original: Lilo & Stitch.

O CONTADOR DE HISTÓRIAS. Diretor: Luiz Villaça. Brasil.2009. Warner Bros. 1 DVD (1h50min). Color. Título original: O contador de histórias.

O SOM DO CORAÇÃO. Diretor: Kirsten Sherida. Produção: Richard Barton Lewis. EUA. 2008. 1 DVD (113min), Warner Bros. Color. Título original: August Rush.

PRECIOSA: UMA HISTÓRIA DE ESPERANÇA. Diretor: Lee Daniels. Fotografia: Andrew Dunn. EUA. 2002. 1 DVD. (109 min.). Color. Playarte Picture Entretenimento. Título Original: Precious: Based On The Novel Push By Sapphire.

UMA LIÇÃO DE AMOR. Diretor: Jessie Nelson. Produção: Edward Zwick. EUA. 2011. Playarte Pictures. 1 DV (2h e 13min.) Color. Título original: I Am Sam.

UMA QUESTÃO DE HONRA/SÓ RESTA A ESPERANÇA. Diretor: David Greene. EUA. 1987. 1 DVD (90 Min.). Color. Paris Filmes. Título Original: After the Promise.

ABRAMOWICZ, A. **Trabalhando a diferença na educação infantil.** São Paulo: Moderna, 2006.

AUMONT, J. (1995). **A imagem.** Campinas: Papyrus.

ARANHA, M. L. A. e Martins, M. H.P. (1987) **Filosofando. Introdução à filosofia.** São Paulo: Moderna LTDA.

ABDALLA, M.. **O princípio da cooperação: em busca de uma nova racionalidade.** São Paulo: Paulus, 2002.

BERNARDET, J. C. **O que é cinema.** (7ª edição), São Paulo: Brasiliense S. A, 1985.

BELLONI, M. L. (2009). **O que é mídia-educação.** (3ª edição), São Paulo: Autores Associados LTDA. ISBN 978-85-7496-015-9.

BOSCHETTI, I. **Mídia, Questão Social e Serviço Social.** São Paulo: Ed. Cortez, p 22, 2009.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de Política.** 12. Edição. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1999.

COSTA, F. C. **Historia do cinema mundial.** Campinas – SP: Papyrus, 2006. ISBN 85-308-0818-5.

COELHO, T. **O que é indústria cultural.** (13ª edição). São Paulo: Brasiliense, 1986.

Código de Ética do (a) Assistente Social Comentado, São Paulo: Cortez/CFESS, 2012.

CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL (CFAS). **Código de Ética profissional do assistente social.** São Paulo: CFAS 1965.

CONSELHO FEDERAL DE SERVIÇO SOCIAL (CFESS). **Código de ética profissional do assistente social.** Resolução n.273, de 13 de março de 1993. Publicada no Diário Oficial da União, Brasília, 30 mar. 1993. Brasília, CFESS,1997.

DELEUZE, G. FRANCIS B. **Lógica da Sensação**, tradução equipe Roberto Machado, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

GUBERN, R. **Cinema contemporâneo**. Rio de Janeiro: Biblioteca Salvat de Grandes Temas, 1979.

IAMAMOTO, M. V.; CARVALHO, R. **Relações Sociais e Serviço Social no Brasil**. São Paulo: Cortez, 1988.

LASCH, C. (1979). **The Culture of narcissismo**. Londres, Abacus (trad. Brasileira *A cultura do narcissismo*, Imago, 1983).

MANOVICH L. (2002). **The language of new media**. Cambridge: The MIT Press. ISBN 0-262-13374-1.

MARX, K. **O Capital: Crítica da Economia Política**. Volume I. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

MACHADO, A. **As Imagens técnicas: da fotografia à síntese numérica**. In *Imagens*, Campinas/SP: UNICAMP, n° 3, dez. 94, p. 8-14.

MACÉ, E. **Les imaginaires médiatiques: une sociologie postcritique des médias**. Paris: Editions Amsterdam, 2006.

NETO, J. P. **Capitalismo monopolista e serviço social**. São Paulo: Cortez, 1991.

NARLOCH, L. A voz do Brasil. In: *Revista Super Interessante*, edição 214, Capa: Globo mocinha ou vilã?, junho 2005.

OLIVEIRA, R. N., DUQUE, A. P. e WEYL, L. M. **O direito achado na rua: introdução crítica ao direito das mulheres**. (5ª edição). Brasília: CEAD, FUB, 2011. ISBN 978-85-7804-049-9.

SILVA, H. P. **Ir ao cinema: um olhar sobre filmes**. São Paulo: Musa Editora, 2006. ISBN 85-85653-80-9.

SALES, M. A. e RUIZ J. L. S. **Mídia, questão social e serviço social**. (3ª edição). São Paulo: Cortez, 2011.

SALES, M. A. **Ética, democracia participativa e o socialismo: o modo petista de governar em xeque sob o governo Lula**. *Serviço Social e Sociedade*, São Paulo: Cortez, n. 85, p. 29-61, mar. 2006.

SANTOS, J. L. **O que é cultura**. (16ª edição). São Paulo: Brasiliense, 1996. ISBN 85-11-01110-2.

BRANDÃO, N. A. e DIAS, E. F. **A questão da ideologia em Antonio Gramsci**. *The question of ideology in Antonio Gramsci*. Disponível em: <http://www.portal.fae.ufmg.br/seer/index.php/trabedu/article/viewFile/877/769>. Acesso em: 15/09/2013.

BOZI, A. L. T. (2006). **A comunicação como direito fundamental**. Disponível em: (http://www.novomilenio.br/comunicacoes/1/artigo/3_albalivia_novomilenio_1.pdf). Acessado em 26/05/2013.

FAQUIN E. S. **Serviço Social como profissão: influências e caminhos percorridos na realidade brasileira**. *XX seminário Latinoamericano de Escuelas de Trabajo Social*. Acessado em: 16/10/2013. Disponível em: http://www.ets.unc.edu.ar/xxseminario/datos/2/2br_secco_faquin_stamp.pdf

FERNANDES, I. **A questão da diversidade da condição humana na sociedade**. Revista da ADPPUCRS. *Porto Alegre, nº. 5, p. 77-86, dez. 2004*.

LEITE, M. **Ilusões reencontradas: a palavra da imprensa e suas aparentes facilidades**. Revista USP, São Paulo, n. 1 p. 144-151, mar./maio 1998. Disponível em: <http://www.usp.br/revistausp/37/14-marcelo.pdf>. Acessado em 10/11/2013.

MINISTÉRIO DA CULTURA – **Comunicação e Cultura - Como se dará a construção das ações do Programa de Comunicação para a Cultura**. Disponível em: (<http://www.cultura.gov.br/comunicacao-e-cultura>). Acessado em 26/05/2013.

NOGUEIRA, K. N., DELTON A. F. e TERUYA T. K. **Conceitos de gênero, etnia e raça: reflexões sobre a diversidade cultural na educação escola**. In: Revista Fazendo Gênero 8 – Corpo, violência e poder, Florianópolis, p. 1-7, 25 a 28 de agosto de 2008.

Plano de diretrizes e metas para o audiovisual: o Brasil de todos os olhares para todas as telas. 1ª edição, julho/2013. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2013. ISBN 85-66724-00-41.