

INFLUÊNCIA DO CINEMA NAS PESSOAS

Thamires Vianna de Freitas Florian¹

Vitor Eikiti Yamatsumi²

Célia de Oliveira de Santana³

RESUMO

Este trabalho analisa como o cinema influencia o comportamento das pessoas, unindo a identificação psicológica e visual com personagens ao impacto no cotidiano das pessoas. O objetivo é entender de que forma os filmes transformam o uso de determinadas roupas, alguns costumes e até escolhas da profissão. A pesquisa foi desenvolvida numa abordagem qualitativa, tendo como seu universo os filmes *Top Gun Ases Indomáveis*, de 1986 que refletiu no interesse das pessoas estudarem sobre aviação e até seguir carreira na marinha e no *Superman* lançado em 2025, que influenciou as pessoas a adotarem cachorros da mesma raça apresentada no longa-metragem. Conclui-se com base nas pesquisas realizadas, que é possível perceber que a formação da identidade das pessoas é fortemente inspirada por histórias, personagens e seus valores, sejam eles éticos ou culturais, influenciando suas atitudes, gostos, escolhas de vida.

Palavras-Chave: Cinema. Comportamento. Influência.

ABSTRACT

This study analyzes how cinema influences people's behavior, linking psychological and visual identification with characters to the impact on people's daily lives. The objective is to understand how films transform the use of certain clothes, certain customs, and even career choices. The research was developed using a qualitative approach, focusing on the 1986 film *Top Gun*, which reflected people's interest in studying aviation and even pursuing a career in the navy, and *Superman*, released in 2025, which influenced people to adopt dogs of the same breed featured in the feature film. Based on the research conducted, it can be concluded that the formation of people's identities is strongly inspired by stories, characters, and their values, whether ethical or cultural, influencing their attitudes, tastes, and life choices.

Key-Words: Cinema. Behavior. Influence.

1 INTRODUÇÃO

¹ Graduanda do curso de Ciência da Computação do UNIVEM – Centro Universitário Eurípides de Marília. E-mail: thatavff@gmail.com

² Graduando do curso de Ciência da Computação do UNIVEM – Centro Universitário Eurípides de Marília. E-mail: eikiti642@gmail.com

³ Professor do UNIVEM - Centro Universitário Eurípides de Marília. Doutora pela PUC - SP E-mail: celiasantana@univem.edu.br

O cinema, desde sua origem, consolidou-se como uma das formas de arte mais influentes da modernidade, exercendo papel fundamental na formação de valores, comportamentos e identidades sociais. Mais do que um meio de entretenimento, as produções cinematográficas refletem e moldam percepções sobre o mundo, apresentando narrativas que estimulam a identificação, o consumo e até mesmo a construção de estilos de vida.

Com o avanço das tecnologias audiovisuais e a ampliação do acesso por meio de plataformas de streaming, o impacto do cinema tornou-se ainda mais perceptível no cotidiano. Nesse sentido, compreender como os filmes influenciam atitudes, escolhas e perspectivas dos indivíduos é fundamental para entender os processos simbólicos que participam da construção social contemporânea.

Desta forma, o presente artigo tem como objetivo analisar de que maneira o cinema influencia o comportamento humano, com foco em sua participação na formação de identidades, valores e comportamentos sociais. Para investigar a multifacetada influência do cinema sobre o comportamento individual e coletivo, este estudo adotou uma abordagem qualitativa de caráter exploratório, fundamentada em um referencial teórico interdisciplinar, que articula conceitos da psicologia social, dos estudos culturais e da teoria da comunicação.

Visando garantir maior clareza textual e coerência na estrutura deste artigo, foi utilizado ferramentas de inteligência artificial, como o ChatGPT, exclusivamente para apoio na revisão linguística e na correção ortográfica do texto, sem realizar interferência no conteúdo.

A análise combina um referencial teórico consolidado com a observação de casos emblemáticos do cinema, buscando compreender como as produções audiovisuais moldam comportamentos, decisões e valores sociais. Para tanto, são examinadas as narrativas e enredos, os personagens e seus arquétipos, os elementos visuais e sonoros, bem como os impactos culturais, sociais e de consumo gerados pelas obras.

Como parte do estudo, foram selecionados dois filmes representativos, para uma análise detalhada de suas influências: *Top Gun – Ases Indomáveis* (1986) e *Superman* (2025). A escolha destes títulos buscou garantir uma representação clara da influência do cinema sobre o comportamento social, considerando sua relevância cultural, impacto e reconhecimento público.

Adicionalmente, os argumentos são sustentados e ilustrados por dados empíricos coletados através de uma pesquisa qualitativa exploratória, aplicada via formulário online no

Google Forms. O objetivo principal desta etapa foi compreender, sobre a perspectiva dos espectadores, de que forma o cinema influencia nas escolhas e comportamentos pessoais.

A pesquisa foi direcionada a um grupo composto por dez participantes, selecionados por conveniência entre o círculo social dos autores, considerando critérios como faixa etária, sendo todos entre 18 a 30 anos, o nível de interesse declarado por produções cinematográficas. Esta delimitação buscou garantir a obtenção de respostas reflexivas e contextualizadas, entendendo os padrões de identificação, consumo e influência cultural do cinema.

A seguir, encontra-se a Tabela 1, com o perfil dos entrevistados.

Tabela 1 - perfil dos entrevistados

entrevistado(a)	idade	gênero	interesse em filmes
J.	27	Masculino	Alto
T. L.	26	Masculino	Médio
B.P.	21	Feminino	Alto
L.C.	22	Masculino	Alto
M.C.	20	Masculino	Médio
A.S.	24	Masculino	Médio
P.E.	23	Masculino	Alto
C.A.	19	Feminino	Médio
F.Z.	24	Masculino	Baixo
W.V.	22	Masculino	Médio

Fonte: os autores.

O formulário foi divulgado via mensagens diretas e redes sociais, como o WhatsApp e o Instagram, com a apresentação dos objetivos do estudo. As perguntas foram abertas e de caráter reflexivo, abordando temas como a identificação com personagens e os valores representados nas narrativas; impacto nas percepções de comportamento, pensamento e decisões profissionais e pessoais.

As respostas foram submetidas à técnica de Análise Temática⁴, permitindo a identificação de padrões recorrentes que servem como evidência da manifestação dos fenômenos teóricos no cotidiano dos espectadores.

Desta forma, este estudo pretende contribuir para a compreensão do papel do cinema como agente de socialização simbólica e cultural, destacando seu poder na formação de valores e comportamentos na contemporaneidade.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 A Influência Cinematográfica na Formação do Comportamento Social

Com o surgimento do cinema, no final do século XIX, grandes transformações tecnológicas e culturais começaram a se desenvolver. Esta nova forma de expressão surgiu a partir da invenção dos irmãos franceses Auguste e Louis Lumière, quando apresentaram uma sequência dos primeiros pequenos filmes onde as imagens estavam em movimento. A novidade despertou grande curiosidade e interesse no público, tornando-se uma nova forma de arte e entretenimento.

Segundo Ballerini (2019), “a era pré-industrial, compreendida entre 1895 e 1914, foi marcada por uma corrida entre inventores, artistas, empresários e aventureiros em busca de novidades em torno deste novo meio de comunicação e entretenimento”. Esta busca incansável por inovações contribuiu significativamente para o desenvolvimento do cinema e sua consolidação como manifestação cultural no século XX.

Com o decorrer dos anos, o cinema evoluiu de muitas formas, agregando som, cor e efeitos visuais, tornando-se o cinema conhecido atualmente. Entretanto, além dos avanços técnicos, o cinema rapidamente se transformou em um forte método de expressão cultural e social. Por meio das narrativas nas telas, comportamentos, valores e transformações na sociedade passaram a ser refletidos constantemente. Desta forma, o cinema passou a ser mais do que uma forma de entretenimento, tornando-se também um ambiente de reflexão cultural, disseminação de ideologias, construção de identidades e influência em diversos aspectos, como a moda e o comportamento.

⁴ Análise Temática é uma técnica de pesquisa qualitativa para encontrar padrões e temas em um conjunto de dados, como entrevistas ou textos.

Assistir a filmes pode ser um hábito não muito frequente para algumas pessoas; entretanto, todos acabam tendo contato com produções cinematográficas em algum momento, seja por interesse pessoal, por companhia, com fins de estudos ou simplesmente como passatempo. Contudo, o ato de ver filmes é de grande importância para a formação cultural e emocional do indivíduo. Segundo Fantin (2005, p. 13),

Somos transportados para um lugar onde deixamos de ser meros espectadores para viver emoções. [...]. Nessa ‘evasão da realidade’ desse tempo/espaço próprio do cinema, parece que as imagens, as músicas e o ambiente permitem nos identificarmos com os personagens, vibrar com as aventuras, chorar com as amarguras, enfim, nos emocionar com a vida.

5

Desta forma, ir ao cinema ou assistir a um filme em uma plataforma de *streaming* transcende o simples ato de entretenimento, transformando-se em uma experiência afetiva que permite ao espectador conectar-se a milhares de emoções e sensações presentes nas narrativas cinematográficas. Além disso, o cinema desempenha um impacto significativo sobre as decisões pessoais e coletivas. Produções de grande bilheteria podem despertar, direta e indiretamente, interesses profissionais, comportamentais e de consumo dos indivíduos, favorecendo o surgimento e desenvolvimento de tendências, promovendo novas formas de pensamento e inspirando mudanças na rotina daqueles que as consomem.

Com o desenvolvimento e a popularização das plataformas de *streaming*, o cinema passou a estar ainda mais presente no cotidiano das pessoas, superando barreiras geográficas e temporais. O que antes era restrito às salas de exibição, muitas vezes localizadas apenas em grandes centros urbanos, tornou-se acessível a qualquer momento e em qualquer lugar. Essa expansão transformou profundamente a forma como o público se relaciona com as narrativas audiovisuais, permitindo que cada indivíduo selecione, comente e até mesmo reinterprete o conteúdo. Desta forma, o *streaming* democratiza o acesso e torna o consumo cinematográfico mais fragmentado, personalizado e interativo.

Ao proporcionar a sensação de estar no cinema em qualquer ambiente e simultaneamente influenciar hábitos, discursos e modos de viver, o *streaming* consolida o cinema como um dos fenômenos culturais mais expressivos do mundo moderno, ultrapassando o campo simbólico e atingindo dimensões sociais e psicológicas mais amplas.

Segundo Bandura, na Teoria do Aprendizado Social, os indivíduos aprendem e formam comportamentos não apenas por experiência direta, mas também pela observação das ações de

outros – os "modelos" – e das consequências resultantes. Por sua natureza imersiva, o cinema atua como um amplo repositório de modelos comportamentais, apresentando personagens com ações admiráveis, felizes e com sucesso, que influenciam indiretamente o espectador para atitudes desejáveis. Como resultado, os elementos da ficção são absorvidos e muitas vezes replicados no comportamento cotidiano de maneira não consciente.

Neste contexto, o espectador estabelece uma conexão psicológica com os personagens, criando um vínculo por meio de processos de identificação e projeção. A identificação ocorre quando o espectador reconhece no personagem traços de sua própria realidade, experiências e dilemas; já a projeção acontece quando o indivíduo atribui ao personagem qualidades que ele mesmo aspira possuir, transformando-o em um ideal. Segundo Metz (1977), “o espectador identifica-se não com o personagem, mas com o próprio ato de ver, com o olhar da câmera”. Desta forma, o prazer cinematográfico simbolicamente torna o público naquele que observa, controla e participa das narrativas, assumindo um olhar dominador e interpretador do mundo ficcional.

Contudo, para que os processos de identificação e a modelagem comportamental ocorram, o espectador necessita, primeiramente, ser absorvido pela história. Green e Brock (2000) denominam este fenômeno como “transporte narrativo”, onde o estado mental do espectador se desconecta de sua realidade e é transportado para o universo da narrativa. Segundo os autores, “o transporte narrativo ocorre quando as pessoas são absorvidas por uma história e respondem emocional e cognitivamente aos eventos como se estivessem realmente envolvidos neles” (Green; Brock, 2000, p. 701). Neste momento, as faculdades críticas do indivíduo são temporariamente reduzidas, o que diminui sua resistência a novas ideias. O ambiente cinematográfico favorece esse processo de transporte, por envolver o espectador em um contexto rico em sensações e emoções, possibilitando uma conexão profunda com os personagens e, consequentemente, uma maior suscetibilidade à influência de suas ações e valores.

Devido à eficiência dos modelos cinematográficos, é possível recorrer ao conceito de arquétipos, desenvolvido por Carl Gustav Jung (1964). Segundo o autor, os arquétipos correspondem a padrões de comportamento, personalidade e simbolismo que compõem o inconsciente coletivo e podem ser encontrados em mitos, histórias e na cultura popular. Para Jung (1964, p. 67-68),

Os arquétipos são formas ou imagens de natureza coletiva que ocorrem praticamente em toda a Terra como componentes de mitos e, ao mesmo tempo, como produtos individuais de origem inconsciente. Eles são expressões universais que derivam de experiências humanas fundamentais e se manifestam nos sonhos, nas narrativas e nas obras de arte, constituindo pontes entre o inconsciente individual e o coletivo.

No cinema, é comum o uso de arquétipos como o do “Herói”, do “Sábio” ou do “Inocente” gerando identificação e conexão emocional com o público, por refletir fortemente com a psique humana. Personagens como Maverick, da franquia cinematográfica *Top Gun*, e o clássico *Superman* são exemplos de representação do arquétipo do Herói - aquele que se empenha pela coragem, superação e busca provar seu valor, para assim impactar positivamente o mundo ao seu redor.

Ao incorporar um arquétipo, o personagem ultrapassa sua individualidade e conecta-se a anseios e valores universais do público. Esta conexão o transforma em um vetor extremamente eficiente para a transmissão de ideologias e valores culturais, pois a mensagem é recebida não apenas de forma cognitiva, mas também em um nível simbólico e emocional profundo. Neste caso, a influência não é apenas sobre imitar uma ação, mas sobre aderir ao sistema de valores que o herói arquetípico representa.

2.2. Estudo de Caso 1: Top Gun – Ases Indomáveis (1986)

O filme *Top Gun: Ases Indomáveis* (1986), dirigido por Tony Scott e estrelado por Tom Cruise, apresenta Pete “Maverick” Mitchell, um piloto da Marinha dos Estados Unidos designado para a escola de elite *Top Gun*, onde busca reconhecimento e autossuperação. Sendo uma representação do arquétipo de Herói, Maverick é movido por sua determinação, coragem e anseio por provar seu valor, características que o tornam um modelo de bravura e superação.

Lançado em 1986, o longa surgiu em um contexto histórico marcado pelo fim da Guerra Fria e pela exaltação do patriotismo norte-americano, refletindo a ideologia da superioridade militar dos Estados Unidos. O cinema de ação da década de 1980 refletia essa essência, celebrando heróis que simbolizavam a determinação, a disciplina e a superioridade nacional. *Top Gun* capturou com precisão o imaginário coletivo da época, representando com êxito a alta tecnologia, heroísmo e prestígio por meio da aviação naval, alinhado aos valores culturais e políticos do período.

Transcendendo a simples narrativa de ação, o filme tornou-se um ícone cultural, influenciando a moda, o comportamento, a música e até as decisões profissionais de uma

geração. Essa influência foi potencializada por escolhas estéticas e narrativas deliberadas do diretor Tony Scott, que buscou criar uma experiência sensorial e emocionalmente envolvente. As cenas de combate aéreo foram filmadas com caças F-14 reais, proporcionando ao público uma sensação de imersão e realismo inédita para a época, permitindo que os espectadores se sentissem parte da ação.

A trilha sonora desempenhou um papel primordial na experiência emocional. Músicas como “*Danger Zone*” e “*Take My Breath Away*” ampliam os sentimentos transmitidos por meio da fotografia e pelo ritmo narrativo, condicionando o público a associar o voo e o combate com sentimentos de conquista, euforia e triunfo. Como afirma Chion (1994, p. 8), “o som no cinema não é um simples acompanhamento da imagem, mas um elemento que a transforma e redefine o modo como a percebemos.” Desta forma, a trilha sonora ultrapassa o papel de simples complemento, tornando-se um fomentador emocional ao intensificar a imersão e reforçar a construção simbólica do herói cinematográfico.

Na moda e no consumo, *Top Gun* também exerceu forte impacto. O protagonista é frequentemente visto usando os óculos Ray-Ban Aviator, resultando em um aumento de cerca de 40%⁵ nas vendas do modelo após o lançamento do filme, mesmo sem a exibição da marca em destaque. A jaqueta de couro de voo G-1⁶ e a motocicleta Kawasaki⁷ utilizadas por Maverick, assim como a Porsche 356 Speedster⁸ da personagem Charlie, tornaram-se igualmente símbolos de estilo e status.

Contudo, o efeito mais documentado de *Top Gun* foi seu impacto direto no recrutamento militar norte-americano. Ao retratar a vida na Marinha dos Estados Unidos como uma experiência glamourosa e heróica, diversos jovens foram influenciados a seguir carreira nas forças armadas. Este fenômeno foi amplamente divulgado pela própria instituição militar por

⁵ Fonte: Ver mais informações no site: <https://www.wolfonwealth.com/p/how-tom-cruise-saved-ray-bans>. Traduzido pelos autores.

⁶ Fonte: Ver mais informações no site: <https://www.alphaindustries.com/blogs/alpha-stories/how-top-gun-made-bomber-jackets-famous?srltid=AfmBOopolhZRI5ezMqBZ2QZsq3mgTIBR48CgVGn780QuoQRLurUQRM50>. Traduzido pelos autores.

⁷Fonte: O site traz mais informações obre o assunto:

https://www.filmsactorsmoviestars.com/Products_Placements_Advertising_Branding/Top_Gun_US_Navy_Ray_Ban_Ninja_Porsche_Budweiser_Aviators_Kawasaki_Pepsi_Cola.htm. Traduzido pelos autores.

⁸ Fonte: Veja mais detalhes no site:

https://www.filmsactorsmoviestars.com/Products_Placements_Advertising_Branding/Top_Gun_US_Navy_Ray_Ban_Ninja_Porsche_Budweiser_Aviators_Kawasaki_Pepsi_Cola.htm. Traduzido pelos autores.

meio do *Screen Rant*, que reportaram um aumento em 500%⁹ nas taxas de alistamento no ano seguinte ao lançamento do filme.

A influência de *Top Gun* não foi um evento passageiro. Devido a sua fomentação e gosto do público, seu legado cultural foi reavivado com o lançamento de uma sequência, *Top Gun: Maverick* (2022), que reafirmou o poder da nostalgia cinematográfica como uma forma de reinterpretar e valorizar o passado. Defendendo a memória afetiva, a sequência resgata os mesmos valores de heroísmo, disciplina e ideal patriótico, reinterpretando-os sob uma estética moderna, mas mantendo a aura de pertencimento nacional e superação.

Desta forma, *Top Gun* demonstra com clareza a influência cinematográfica: uma obra capaz de inspirar projetos de vida de longo prazo, como a escolha profissional, e também de ditar comportamentos de consumo e identidade, por meio da construção de um universo ficcional envolvente e de personagens altamente identificáveis.

2.3. Estudo de Caso 2: Superman (2025)

A retomada de *Superman (2025)*, dirigida por James Gunn e protagonizada por David Corenswet, apresenta Clark Kent em uma jornada de autodescoberta, buscando conciliar sua identidade como repórter e como protetor da humanidade. Enfrentando dilemas morais e novos desafios, a narrativa explora a dualidade entre o lado humano e o kryptoniano do personagem.

Inaugurando uma nova fase do universo cinematográfico da DC Studios, o filme resgata a dimensão luminosa e inspiradora do super-herói, trazendo o símbolo “S” em seu uniforme como uma representação de esperança, deixando para trás as encarnações mais sombrias. Desta forma, o arquétipo do herói solar é restabelecido, reafirmando o personagem como símbolo de justiça, bondade e esperança - não apenas aquele que possui força, mas que se sacrifica pelo bem coletivo.

Marcadas por grandes espetáculos visuais, as narrativas de super-heróis contemporâneos passaram a concentrar-se cada vez mais na humanidade e nos dilemas internos de seus protagonistas. Neste contexto, o novo *Superman* é frequentemente retratado em busca de sua conexão com a humanidade, procurando reconectar-se com o público por meio de ideias atemporais de moralidade, empatia e propósito - ainda que seja visto como um alienígena. Desta

⁹ Fonte: <https://screenrant.com/top-gun-us-navy-recruiting-applications-increase/>. Traduzido pelos autores.

forma, a narrativa, assim como em *Top Gun*, atua para além do entretenimento, contribuindo para a formação de valores e modelos comportamentais.

Ultrapassando o impacto simbólico, *Superman* também exerce grande influência cultural e de consumo, criando e renovando tendências em produtos licenciados desde sua primeira aparição em 1938 - como brinquedos, histórias em quadrinhos, *action figures* e diversos outros itens.

Contudo, um dos elementos que mais conquistou o público foi a presença do supercão Krypto no longa. Clássico personagem dos quadrinhos, o animal funciona como uma poderosa ferramenta de humanização, servindo como um ponto de ancoragem emocional e representando a capacidade do herói em amar, cuidar e criar vínculos. Krypto deixa de ser apenas um coadjuvante para tornar-se um símbolo de afeto e companheirismo. Como observa Berger (1980, p. 12), “os animais foram gradualmente retirados da vida cotidiana humana e transferidos para o domínio do símbolo — um espelho em que o homem contempla partes de si mesmo.” Deste modo, Krypto atua como uma extensão emocional de Superman, refletindo sua humanidade e reforçando o aspecto afetivo e relacional de seu arquétipo heroico.

O supercão, caótico e adorável, foi inspirado em Ozu, cachorro resgatado da vida real pelo diretor James Gunn. Embora criado inteiramente por CGI, Krypto não pertence a uma raça definida, mas aparenta ser uma mistura de vira-lata terrier com schnauzer, o que contribuiu para sua identificação com o público.

O impacto emocional gerado pelo personagem canino ultrapassou as telas. Após o lançamento do filme, foi registrado um aumento expressivo nas buscas por adoções de cães. Segundo o portal *The Wrap*, com base em dados do aplicativo de treinamento canino Woofz, as buscas no Google por “adotar um cachorro perto de mim” aumentaram em 513%¹⁰ após o fim de semana de estreia de *Superman (2025)*. Já as pesquisas por “cachorro resgatado” subiram 163%¹¹, enquanto “adotar um filhote” teve um aumento em 31%¹². Além disso, as pesquisas pela raça schnauzer cresceram 299%¹³, devido à semelhança com o visual de Krypto.

Buscando ampliar o impacto social da produção, a Warner Bros. uniu-se a uma ONG em uma campanha pré-lançamento, comprometendo-se a cobrir taxas de adoção de pets nos

¹⁰ Fonte: <https://www.thewrap.com/superman-2025-dog-adoptions-increase-krypto/>. Traduzido pelos autores.

¹¹ Fonte: <https://www.thewrap.com/superman-2025-dog-adoptions-increase-krypto/>. Traduzido pelos autores.

¹² Fonte: <https://www.thewrap.com/superman-2025-dog-adoptions-increase-krypto/>. Traduzido pelos autores.

¹³ Fonte: <https://www.thewrap.com/superman-2025-dog-adoptions-increase-krypto/>. Traduzido pelos autores.

Estados Unidos. Como resultado, mais de 400 animais¹⁴ foram adotados durante o período da ação.

Assim como ocorreu com Krypto, há um padrão de contágio midiático em outras obras, como o aumento da procura por dálmatas após *101 Dálmatas* (1961), o pico de vendas de peixes-palhaços após *Procurando Nemo* (2003). Estes casos demonstram que a influência mimética no consumo é um padrão recorrente e poderoso. A escolha de adotar cães impulsionados pelo filme *Superman* reflete o desejo de participar da narrativa, de criar uma conexão tangível com o universo do herói.

Desta forma, *Superman* (2025) reafirma o poder do cinema em influenciar emocional, simbólica e socialmente, ao manter vivos símbolos que moldam o imaginário coletivo. Ao permanecer presente nas telas e livrarias, Superman comprova a força do arquétipo heróico como inspirador de empatia, solidariedade e esperança.

2.4. Análise das Entrevistas e Integração com os Estudos de Caso

A partir da análise das respostas obtidas por meio do formulário online, foi possível identificar um conjunto de padrões que evidenciam como o cinema influencia o comportamento individual e coletivo, sendo um agente formador de identidades, valores e estilos de vida. De modo geral, os dados apontam que a experiência cinematográfica ultrapassa o mero entretenimento, promovendo reflexão, identificação e inspiração nos espectadores.

Observa-se que o cinema desperta intensos processos de identificação com personagens e histórias que, muitas vezes, conduzem a reelaboração de percepções sobre si e sobre o mundo. Essa identificação não ocorre somente de forma consciente, mas também simbolicamente e emocionalmente, permitindo que o espectador reconheça-se nas trajetórias, dilemas e transformações dos protagonistas.

Entre os dez participantes da pesquisa, observou-se um fenômeno recorrente quanto à identificação com personagens e narrativas. Muitos expressaram reconhecer traços próprios em protagonistas de histórias, principalmente no espectro de valores éticos e morais. Alguns exemplos são emblemáticos:

“Superman. Me identifico em como ele acha a vida importante e valiosa, seja ela grande ou pequena.” (M.C., 20 anos)

¹⁴ Fonte: <https://www.thewrap.com/superman-2025-dog-adoptions-increase-krypto/>. Traduzido pelos autores.

“Sim. O personagem foi o Soldado Doss, pois ele mostrou que devemos honrar a nossa palavra e mostrou que não precisa prejudicar os outros.” (W.V., 22 anos)

Estes relatos indicam como o cinema promove espelhamento emocional e ético nos espectadores, ao representar arquétipos heróicos e humanizados que se manifestam nas narrativas por meio de personagens que simbolizam coragem e a busca pela superação pessoal.

Outros entrevistados revelaram que a identificação ocorre não apenas com personagens, mas também com os contextos narrativos e emocionais que o envolvem, demonstrando o poder do cinema em desenvolver empatia e reflexão:

“Me lembro de assistir Studio Ghibli na adolescência, um filme chamado Túmulo dos Vagalumes. E me colocar no lugar dos personagens acabou moldando o meu modo de pensar, agir e agradecer.” (A.S., 24 anos)

“Sim, já me identifiquei com a Barbie [...] me lembro dessa pressão de estar sempre nos conformes que se é esperado, de sempre ser perfeita e a cobrança que tenho em relação a tudo em minha vida.” (C.A., 19 anos)

“Bao da Pixar e Shang Chi. Pela identificação com a cultura asiática e suas dificuldades em se encaixar e pertencer nos países ocidentais, além de crescer sendo imigrante em um país novo.” (F.Z., 24 anos).

Estas respostas evidenciam o potencial do cinema como formador de empatia e reconhecimento social. Ao verem suas próprias experiências e sentimentos refletidos nas telas – seja em animações ou dramas –, os indivíduos sentem seus sentimentos individuais serem conectados à dimensão coletiva da existência.

Quando questionados sobre o impacto prático que um filme já exerceu em suas vidas, emergiram respostas que apontam para influências concretas nas escolhas profissionais e nos interesses pessoais, demonstrando a capacidade do cinema influenciar as aspirações dos indivíduos:

“Sim, Velozes e Furiosos, agora faço estágio em oficina e provavelmente vou fazer engenharia mecânica.” (T.L., 26 anos)

“A Rede Social, a história de como Zuckerberg fundou do zero uma das maiores redes sociais do mundo me motivou a entender a fundo como funcionam algumas tecnologias.” (P.E., 23 anos)

Estes relatos exemplificam o mesmo fenômeno observado em *Top Gun: Ases Indomáveis* (1986), onde o ambiente cinematográfico inspira espectadores a seguirem caminhos

profissionais semelhantes aos retratados nas telas, moldando projetos de vidas, percepções de sucesso e motivações pessoais.

Além disso, ao serem questionados sobre a influência do cinema na forma de pensar e agir, alguns participantes afirmaram não conhecerem mudanças conscientes, enquanto outros reconheceram impactos sutis e duradouros. O depoimento do entrevistado M.C. (20 anos) retrata esse efeito:

“Inconscientemente, com certeza. Tudo que consumimos muda e influencia a forma de vermos as coisas.” (M.C., 20 anos)

13

Assim como o ocorrido com o engajamento social gerado por *Superman (2025)* – quando a narrativa inspirou uma onda real de adoção de animais –, observa-se entre os entrevistados um padrão semelhante de influência emocional e moral. O público não apenas consome histórias, mas absorve seus símbolos e os replica no cotidiano.

Por fim, ao refletirem sobre o papel do cinema na formação da cultura e identidade coletiva, os participantes apresentaram uma visão unânime sobre o poder social e educativo do cinema. As respostas revelam como obras cinematográficas são um meio de ampliar os horizontes e acessar novas perspectivas:

“Quando você se identifica ou sente o que o personagem está passando, é normal que você comece a ver as coisas pelo ângulo dele [...]. Essa mudança de perspectiva nutre para a formação da identidade, mas também para o que ela vê como moral ou não.” (M.C., 20 anos)

“Cinema pode ser uma obra de arte geracional, que inspira, ensina, molda e cria personalidade.” (A.S., 24 anos)

“Filmes te fazem mudar como pessoa, nem que seja momentaneamente, como as pessoas estavam falando sobre Superman após sair do cinema. O cinema traz realidades diferentes, seja em dramas, romances, terror ou em animações, mas sempre com ensinamentos.” (C.A., 19 anos)

Estes depoimentos reforçam a compreensão do cinema como um espaço simbólico de produção e transmissão de valores, moldando emocional e culturalmente seus espectadores. Desta forma, conclui-se que o cinema atua não apenas como entretenimento, mas como vetor de socialização simbólica e transformação cultural – influenciando comportamentos, consumo e até escolhas profissionais. A integração entre os dados empíricos e os estudos de caso confirma o cinema como instrumento ativo na construção de subjetividade e imaginários coletivos.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo compreender de que maneira o cinema exerce influência sobre o comportamento social, cultural e individual, atuando como um importante agente de formação de valores, identidades e estilos de vida. Fundamentado na análise dos estudos de caso de Top Gun: Ases Indomáveis (1986) e Superman (2025), em conjunto com os dados obtidos por meio do formulário aplicado de forma online, foi possível identificar que as produções cinematográficas possuem o potencial de fomentar reflexões, despertar emoções e estimular comportamentos, podendo ser relacionados à moda, ao consumo, às escolhas profissionais e até mesmo a valores éticos e morais.

Observa-se que o público estabelece vínculos simbólicos e emocionais com os personagens e suas histórias, internalizando valores e comportamentos representados nas telas. Essa dinâmica confirma a teoria de Bandura (1977) sobre o aprendizado social e o conceito de “transporte narrativo”, desenvolvido por Green e Brock (2000). A identificação com os personagens, o desejo de imitação e a assimilação de valores comprovam que o cinema é um instrumento eficaz de persuasão e formação cultural.

Com base nos estudos de caso, observa-se que o cinema é capaz de moldar aspirações e atitudes coletivas. Enquanto Top Gun impulsionou o interesse por carreiras ligadas à aviação e consolidou tendências estéticas marcantes de sua época, Superman despertou sentimentos de empatia, solidariedade e responsabilidade social, evidenciados, por exemplo, pelo aumento na adoção de cães após o lançamento do filme. Desta forma, o cinema se consolida como um espelho social e um agente transformador da vida cotidiana.

Apesar das respostas obtidas, reconhece-se que esta pesquisa apresenta limitações, sobretudo pelo número reduzido de participantes e pela escolha restrita das obras analisadas. Pesquisas futuras podem ampliar o escopo, incorporando diferentes contextos socioculturais, gêneros cinematográficos e novas formas de consumo, como as plataformas de streaming.

Compreender a influência cinematográfica sobre as pessoas é, portanto, compreender aspectos essenciais da sociedade contemporânea – suas ações, modelos de comportamento e formas de representação. Por meio das narrativas que produz e dos valores que propaga, o cinema reafirma seu papel como uma das manifestações artísticas mais expressivas e influentes da atualidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALPHA INDUSTRIES. How Top Gun Made Bomber Jackets Famous. Disponível em: <https://www.alphaindustries.com/blogs/alpha-stories/how-top-gun-made-bomber-jackets-famous>. Acesso em: 26 out. 2025.

BALLERINI, Frantjesco. **História do cinema mundial**. Summus Editorial, 2020.

BANDURA, Albert. *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1977.

BERGER, John. *About Looking*. New York: Pantheon Books, 1980.

BERLIN. Take My Breath Away. Composição de Giorgio Moroder e Tom Whitlock. Intérprete: Berlin. In: *Top Gun – Ases Indomáveis*. Estados Unidos: Columbia Records, 1986. 1 faixa (4 min 11 s).

CHION, Michel. *Audio-Vision: Sound on Screen*. Nova York: Columbia University Press, 1994.

FANTIN, Mônica. **Crianças no Cinema: Fragmentos e olhares**. *Presente! Revista de Educação*, Salvador, BA, v. 13, n. 49, p. 13-19, jun. 2005.

FILMS ACTORS MOVIE STARS. Top Gun – Product Placements and Branding. Disponível em: https://www.filmsactorsmoviestars.com/Products_Placements_Advertising_Branding/Top_Gun_US_Navy_RayBan_Ninja_Porsche_Budweiser_Aviators_Kawasaki_Pepsi_Cola.htm. Acesso em: 26 out. 2025.

GREEN, M. C.; BROCK, T. C. The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 79, n. 5, p. 701–721, 2000.

JUNG, C. G. *O homem e seus símbolos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1964.

LOGGINS, Kenny. Danger Zone. Composição de Giorgio Moroder e Tom Whitlock. Intérprete: Kenny Loggins. In: *Top Gun – Ases Indomáveis*. Estados Unidos: Columbia Records, 1986. 1 faixa (3 min 36 s).

INFLUÊNCIA DO CINEMA NAS PESSOAS

METZ, Christian. A significação no cinema. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1977.

ORTIZ, Andi. James Gunn's 'Superman' Leads to Surge in Dog Adoption Interest (Thanks to Krypto). *TheWrap*, 15 jul. 2025. Disponível em: <https://www.thewrap.com/superman-2025-dog-adoptions-increase-krypto/>. Acesso em: 8 out. 2025.

SCREEN RANT. How Top Gun Impacted Navy Recruiting In Real Life. 2022. Disponível em: <https://screenrant.com/top-gun-us-navy-recruiting-applications-increase/>. Acesso em: 7 out. 2025.

SUPERMAN. Direção: James Gunn. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 2025. Filme, 129 min.

TOP GUN: Ases Indomáveis. Direção: Tony Scott. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1986. Filme, 110 min.

WOLF ON WEALTH. How Tom Cruise Saved Ray-Bans. Disponível em: <https://www.wolfonwealth.com/p/how-tom-cruise-saved-ray-bans>. Acesso em: 26 out. 2025.