

ANA CLARA VELOSO DE OLIVEIRA MATEI  
CAMILLE MÜLLER RODRIGUES  
JULIA HELENA DOS SANTOS  
KAUANE DE MEIRA  
NAYARA SIQUEIRA  
YOHAN PINNO

**As motivações que levam os alunos e professores do IFSC a assistirem às produções  
audiovisuais de horror**

Jaraguá do Sul  
2025

ANA CLARA VELOSO DE OLIVEIRA MATEI  
CAMILLE MÜLLER RODRIGUES  
JULIA HELENA DOS SANTOS  
KAUANE DE MEIRA  
NAYARA SIQUEIRA  
YOHAN PINNO

**As motivações que levam os alunos e professores do IFSC a assistirem às produções  
audiovisuais de horror**

Projeto de pesquisa desenvolvido para o programa Conectando Saberes (CS) do Curso Técnico Integrado em Modelagem do Vestuário do Instituto Federal de Santa Catarina, câmpus Jaraguá do Sul – Centro.

Orientador: Cleyton Murilo Ribas.

Coordenadora de fase: Mariana Guerino.

Jaraguá do Sul  
2025

## RESUMO

O tema do relatório final busca as motivações que despertam o interesse do público para assistir às produções audiovisuais de horror, visto que por natureza causam medo e desconforto. Tivemos como objetivo a compreensão dos fatores que levam nossos entrevistados a considerarem o cinema do horror como uma atividade de lazer e, deste modo, utilizamos como base para nossa pesquisa o livro de Noël Carroll: *A Filosofia do Horror ou Paradoxos do Coração* (1999). Abordamos a catarse, fascínio pelo irreal, adrenalina e agitação, marketing e a possibilidade de interromper a obra a qualquer momento diferentemente da vida real, como nossas hipóteses. O desenvolvimento da metodologia foi realizado por meio de questionários no *google forms*. O grupo de participantes que corresponderam aos critérios de seleção da pesquisa foram convocados para a segunda etapa: uma entrevista presencial com questões diretamente relacionadas às hipóteses do trabalho, sendo em sua maioria validadas e uma não. De acordo com o progresso de nossa pesquisa, concluímos que o gênero do horror é mais abrangente do que pensávamos e a busca pelo gênero se tornou mais frequente por parte de nossos pesquisadores, em especial pelos que não consumiam anteriormente essas obras. Além disso, houve a percepção da complexidade do horror em relação às suas produções, pois não se limitam a serem assustadoras, mas também representam uma forma de explorar questões sociais profundas, reforçando a necessidade de maior reconhecimento do gênero de modo geral.

## ABSTRACT

The theme of the final relatory seeks out the motivation that arouses the public's motivation in watching horror productions, since by their very nature they cause fear and discomfort. Our aim was to understand the factors that lead our interviewees to consider horror cinema as a leisure activity so we used the Noël Carroll book *The Philosophy of Horror or Paradoxes of the Heart* (1999) as a basis for our research. We approached catharsis, fascination for the unreal, adrenaline and excitement, marketing and the possibility of interrupting the productions at any time, unlike real life, as our hypotheses. The methodology was developed using questionnaires on *google forms*. The group of participants who met the research selection criteria were called for the second stage, a face-to-face interview with questions

directly related to the hypotheses of the work, most of which were validated and some were not. As our research progressed, we concluded that the horror genre is broader than we thought. The search for the genre became more frequent on the part of our researchers, especially those who had not previously consumed these works. In addition, there has been a realization of the complexity of horror in relation to its productions, as it is not just about being scary but also a way to explore deep social issues, which means that the genre requires greater recognition in general.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>5</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>7</b>
2.1 DEFINIÇÃO DE HORROR.....	7
2.1.1 CONCEITO DE MONSTRO.....	9
2.2 PARADOXO DO HORROR.....	10
2.3 CATARSE EMOCIONAL.....	13
2.4 MARKETING CINEMATOGRAFICO.....	14
2.4.1 ANÁLISE DA OBRA CINEMA E PSICANÁLISE E SUA RELAÇÃO COM O MARKETING.....	14
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>17</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....</b>	<b>18</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>21</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>23</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>24</b>

## 1 INTRODUÇÃO

As produções cinematográficas de horror há muito tempo exercem um fascínio sobre o público, atraindo espectadores que procuram por emoções fortes e experiências intensas. De filmes à séries de TV, passando por jogos eletrônicos e narrativas em plataformas de *streaming*, o gênero do horror continua a exercer uma certa influência contínua na cultura popular contemporânea. Esse fenômeno pode ser comprovado pelas grandes audiências e sucesso nas vendas de bilheterias de longas metragens, como: *It - A Coisa* (2017), *A Casa de Cera* (2005), a franquia de *Pânico* (desde 1996), *O Exorcista* (1973), *Hereditário* (2018), entre outros.

Tratando sobre as grandes bilheterias dos filmes de horror, o banco de dados *The Numbers* apresenta as seguintes informações: “Em 2014, representavam 2,69% da bilheteria anual, mas o percentual saltou para 12,75% em 2021.” (Alpañés, 2024). No entanto, o que exatamente desperta esse profundo interesse do público em assistir a essas produções que, por natureza, evocam medo e desconforto? Essa pergunta forma a base de nossa pesquisa, pois buscamos entender os fatores socioculturais que impulsionam a audiência em direção ao horror.

Tendo em vista tal questionamento, esta pesquisa trata das motivações que levam os alunos e professores, envolvidos nas unidades curriculares do Curso Técnico Integrado em Modelagem do Vestuário no IFSC Câmpus Jaraguá do Sul - Centro, a assistirem às produções audiovisuais de horror. Assim, a pergunta-problema elaborada foi “O que desperta o interesse nos alunos e professores do IFSC a assistirem às produções audiovisuais de horror?”.

Nosso objetivo principal no decorrer do relatório, foi buscar compreender os fatores que levam os alunos e professores do IFSC a adotarem as produções de horror como atividade de lazer, deste modo desenvolvemos as hipóteses abaixo:

- As técnicas de marketing utilizadas nas produções de horror cativam a atenção do público e despertam o interesse em assistir às obras.
- Os que assistem o gênero do horror procuram pelas produções para sentirem adrenalina e excitação.

- Busca-se as produções de horror por contemplarem a condição de controlar seus sentimentos, ao ser possível realizar a interrupção do filme/série – a qualquer momento – diferentemente da vida real onde isso não ocorre.
- As produções audiovisuais de horror atraem os telespectadores por apresentarem enredos e seres incognoscíveis, os quais geram fascínio devido à sua natureza sobrenatural e intangível.
- O público procura as produções de horror porque são um meio pelo qual a catarse é colocada em prática, experiência que, é definida por permitir enfrentar os medos mais profundos e liberar emoções reprimidas, proporcionando alívio.

Ao longo do projeto, usamos como base teórica o livro de Noël Carroll, *A Filosofia do Horror ou Paradoxos do Coração* (1999), isso pois, um de nossos objetivos específicos é relacionar uma das teorias apresentadas pelo autor (Paradoxo do Horror) com o interesse gerado pelas produções de horror. Nessa obra, o autor apresenta diferentes teses –filosóficas e psicológicas– para fundamentar os seus dois paradoxos que são desenvolvidos na obra. Esses paradoxos, juntamente de outras questões tratadas por Carroll, fazem parte de nosso estudo para responder à pergunta-problema do projeto. Exploramos diversos elementos que contribuíram para o apelo ao horror, incluindo a natureza por trás do gênero, o papel da identificação com as personagens, os aspectos sociais do entretenimento compartilhado e a função das produções de horror na expressão e reflexão de temores culturais e sociais, pontos os quais, também são apresentados por Carroll em seu livro.

As produções audiovisuais de horror, assim como outros gêneros cinematográficos, utilizam de técnicas de marketing para atrair a atenção dos telespectadores e alavancar a audiência, portanto, uma vez que buscamos compreender os elementos que despertam o interesse do público por essas obras, decidimos como um de nossos objetivos, ao decorrer do trabalho, destacar a percepção dos alunos e professores do IFSC sobre o emprego das principais técnicas de marketing usadas para promover as produções de horror.

Para agregar ainda mais ao nosso questionamento, nos reunimos para assistir à renomada franquia de *Pânico*, uma sequência de obras de horror que teve início em 1996 e decorre até os dias de hoje, com o objetivo de experienciar as emoções e aspectos do gênero. Nessa série de longas, são notáveis as críticas feitas aos filmes de horror da época, os famosos *slashers*, criticando indiretamente o fato de serem repetitivos e manterem o mesmo padrão. Um exemplo dessa padronização é: para que uma personagem sobreviva até o fim, necessita

de ser uma pessoa “pura”, ou seja, não consumir bebidas alcoólicas ou drogas ilícitas e não ter nenhum tipo de relação sexual. No entanto, *Pânico* quebrou essa “regra” quando fez da protagonista “não pura” uma das únicas sobreviventes no final (*Pânico*, 1996).

A franquia traz inúmeras referências a outras produções de horror famosas da época, que são usadas como base para moldar os assassinos/*serial killers*. Como por exemplo, no primeiro filme da franquia (*Pânico*, 1996), a frase: “Os filmes não criam psicopatas, apenas deixam eles mais criativos”, que é dita por um dos assassinos chamado Billy, assim demonstrando a inspiração do personagem para realizar seus assassinatos na obra de horror. Essa reflexão é melhor explorada nos filmes seguintes, como por exemplo, no segundo filme (*Pânico 2*, 1997), em que os *serial killers* tentam recriar a série de assassinatos da obra anterior, a qual foi exposta em forma de um filme nos cinemas. Deste modo, utiliza-se uma produção audiovisual de horror como inspiração e base criativa para o cometimento dos atos hediondos que decorrem no filme. Entretanto, distintamente do habitual, *Pânico* tem a necessidade de trazer dois ou mais assassinos, para que o telespectador se aprofunde mais na trama do enredo e conseqüentemente desenvolva diferentes teorias sobre quem seria o culpado dos crimes ocorridos.

Outro ponto relevante a ser destacado é o fato dos personagens estarem cientes dos grandes filmes de horror estereotipados e seus padrões repetitivos, entretanto, eles passam a viver a experiência assustadora que antes costumavam apenas assistir como forma de lazer. As sequências de *Pânico* também são repletas de efeitos violentos e cenas feitas com o intuito de impactar o público de forma inesperada, porém, do mesmo jeito, conseguem cativar os telespectadores com seus traços de humor e tensão simultâneos.

O intuito da nossa pesquisa é contribuir para uma compreensão mais profunda da relevância contínua das produções audiovisuais de horror no público – neste estudo os alunos e professores do IFSC – de maneira que se investigue o porquê de se assistir a essas produções, seja vista ou praticada como um ato de lazer no cotidiano.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 DEFINIÇÃO DE HORROR

A palavra "horror" deriva do latim "*horrere*", ficar em pé (como cabelo em pé), e do francês antigo "*horror*", eriçar ou arrepiar. Já a definição de horror, segundo Carroll (1999), caracteriza-se e se distingue por ter como fundamentos os monstros e as criaturas sobrenaturais, porém, tendo maior relevância a reação dos protagonistas frente aos monstros, em que se deve ocorrer uma sincronização entre o público e aqueles que lutam contra o fenômeno no filme. Além disso, utiliza-se nas criaturas elementos que causem repulsa e nojo nos telespectadores, o que faz com que os sentidos dos que presenciam a cena sejam aguçados e tornem a experiência mais envolvente.

No livro, Carroll diferencia o horror artístico do horror natural, caracterizando o último como uma reação humana a acontecimentos históricos e cotidianos marcantes e desagradáveis, como exemplos o autor cita:

[...] "estou horrorizado com a perspectiva de um desastre ecológico" ou "políticas do tudo ou nada na era nuclear são algo horrendo" ou "o que os nazistas fizeram foi horrível". Chamemos de horror natural este último uso de "horror" (Carroll, 1999, p.27).

Para que seja conceituado como horror artístico, necessita-se que o monstro/criatura seja ameaçadora – emoção de medo pelo perigo iminente – e impura – emoção de repulsa, nojo, aversão física, etc – visto que, quando apresenta somente uma das características acima, deixa de ser horror. Portanto, não se pode ser horrorizado artisticamente por uma entidade que não seja considerada ameaçadora e impura, mas sim estar em algum estado emocional em relação a essa entidade, conforme ideia expressa por Carroll (1999).

A origem e significado da palavra emoção advém do sentido de movimento para fora, relacionando-se com a questão de agitação física casualmente perceptiva quando se coloca frente a uma situação que provoca horror. Os seres criados nos filmes de horror possuem uma realidade objetiva (no pensamento) e não uma realidade formal (material). Um objeto ou ser é impuro se for categoricamente intersticial, categoricamente contraditório, incompleto ou informe. Segundo Douglas (*apud* Carroll, 1999, p.50), a recorrente descrição de nossos monstros impuros como "antinaturais" se refere relativamente a um esquema conceitual cultural da natureza. Eles não se encaixam no sistema, violam o que é aceito como "normal".

[...] Mary Douglas correlaciona as reações de impureza com a transgressão ou a violação de esquemas de categorização cultural. Em sua interpretação das abominações do Levítico, por exemplo, ela aventava a hipótese de que a razão pela qual as criaturas rastejantes do mar, como as lagostas, são consideradas impuras é que rastejar era uma característica definidora de criaturas terrestres, não de criaturas do mar. Em outras palavras, a lagosta é uma espécie de erro de categoria e, portanto, é impura. [...] As coisas intersticiais, que atravessam as fronteiras de categorias profundas do esquema conceitual da cultura, são impuras, segundo Douglas. As fezes, na medida em que aparecem de modo ambíguo nas oposições categoriais tais como eu/não eu, dentro/fora, e vivo/ morto, aparecem como boas candidatas à repulsa por impuras, como o cuspe, o sangue, as lágrimas, o suor, [...] Observa Douglas que, num povo chamado *Lele*, os esquilos voadores são evitados, uma vez que não podem ser classificados, sem ambiguidade, nem como pássaros nem como mamíferos.

Assim, os monstros não são apenas fisicamente ameaçadores, são cognitivamente ameaçadores. São ameaças ao saber comum. O horror artístico é um estado emocional no qual, essencialmente, um extraordinário estado físico de agitação é causado pela projeção de um monstro, em virtude dos detalhes apresentados por uma ficção ou por uma imagem, pensamento esse que também inclui o reconhecimento de que o monstro é ameaçador e impuro.

A resposta do público em relação ao monstro ou criatura apresentada, baseia-se nas reações e comportamento das personagens frente à situação de horror da obra e, por meio dessa interação o público pode expressar diferentes emoções à criatura, como repulsa e aversão física. Carroll (1999, p.55) também afirma que “Os monstros, aqui, são identificados como qualquer ser que não se acredita existir agora de acordo com as noções científicas em vigor”.

Quando se discute sobre a diferença entre horror e terror, é comum que haja uma mistura desses conceitos, sendo necessário compreender que se tratam de estágios diferentes de medo. O terror é como uma percepção do que está por vir, de uma ansiedade, da curiosidade, da tensão e da expectativa; seja por conta do monstro/criatura ou sobre a própria narrativa. Deste modo, o terror é aquele sentimento que precede o horror, é o medo que se tem do perigo desconhecido. Quando nos deparamos de fato com a causa desse terror, o medo passa a se tornar horror, diante disso, esse segundo estágio se define pela apresentação desse desconhecido, na qual há a revelação da causa do medo e uma certa materialização do terror nas cenas, proporcionando uma sensação de horror. Portanto, é possível concluir que em uma mesma história a narrativa de terror pressupõe uma cena de horror. (OLIVEIRA, 2018).

### 2.1.1 CONCEITO DE MONSTRO

Na conceituação dos monstros, Carroll (1999) explora como os monstros nos assustam e são classificados em duas categorias principais: naturais e sobrenaturais.

Os monstros naturais são aqueles que encontramos na natureza, como animais ferozes e predadores selvagens. Eles representam uma ameaça tangível à nossa sobrevivência, despertando medo e instintos de autodefesa em nós. Por exemplo, um leão rugindo na selva ou um tubarão emergindo das profundezas do oceano são imagens que evocam um temor primordial.

Por outro lado, os monstros sobrenaturais transcendem as leis da natureza e desafiam nossa compreensão do mundo. São seres fantásticos e muitas vezes grotescos, como fantasmas, demônios, vampiros e zumbis. Eles habitam o reino da imaginação, onde as fronteiras entre o real e o irreal se tornam borradas, ampliando nossos medos além dos limites do que é fisicamente possível, fazendo-nos confrontar o desconhecido e o inexplicável.

O medo que se sente diante desses monstros decorre da maneira como eles violam as normas do mundo natural e social. Por exemplo, um vampiro desafia a norma de não tirar vidas, matando pessoas para sobreviver. Essa quebra de padrões estabelecidos gera uma sensação de desconforto e apreensão, pois confronta a compreensão do que é aceitável e seguro. Além disso, monstros como Frankenstein desafiam não apenas as normas sociais, mas também as leis naturais ao ser uma criatura reanimada, indo contra o ciclo natural da vida e da morte.

Uma característica recorrente aplicada aos monstros do horror é a fusão, em que se situa a mistura de duas categorias distintas e/ou conflitantes em um ser integral, sejam elas: dentro/fora, vivo/morto, inseto/humano, corpo/máquina, etc. Sendo estas identidades colocadas como homogêneas, pois fazem parte de um mesmo ser. Outra estratégia utilizada para a criação dos monstros é a fissão, a qual é heterogênea no sentido de acomodar identidades diferentes, mutuamente excludentes e em tempos diferentes, como os lobisomens.

Até mesmo a relação entre o horror e a moralidade é explícita através de monstros retratados como seres moralmente ambíguos, como os vampiros, que muitas vezes desafiam o questionamento das concepções de bem e mal de cada indivíduo.

## 2.2 PARADOXO DO HORROR

*Paradoxos do Coração* ou *Filosofia do Horror* (1999) é a obra literária escrita e desenvolvida por Noël Carroll, filósofo americano considerado uma das principais figuras da filosofia da arte contemporânea, o qual tem por objetivo compreender as vertentes por trás do gênero do horror e descobrir possíveis explicações para a atração exercida pelas produções sobre o público que tanto se encanta e que busca por essas experiências.

Nessa obra, um dos paradoxos apresentados pelo autor, é o paradoxo do horror, o qual se trata do “por que alguém se interessaria pelo horror, uma vez que ficar horrorizado é tão desagradável?”. Frente a essa contradição, o quarto capítulo do livro de Carroll (1999) expõe uma possível resolução para essa questão.

A teoria referida pelo autor inicia se baseando nas ideias que Hume e Aikin (*apud* Carroll, 1999) tinham sobre o termo tragédia, em busca de resolver o paradoxo. O gênero do horror normalmente assume uma forma narrativa. Isso sugere que o interesse e o prazer que sentimos podem nem sempre estar diretamente ligados ao objeto de horror artístico – monstro/criatura. Ou seja, o principal ponto gerador desses sentimentos pode ser justamente a narrativa que a obra desenvolve.

O que mantém nosso interesse e proporciona prazer – no gênero do horror não é necessariamente, em primeiro lugar e sobretudo, a simples manifestação do objeto do horror artístico, mas, sim, a maneira como a manifestação ou o desvelamento são colocados como elemento funcional numa estrutura narrativa geral. (Carroll, 1999, p. 256).

Assim, seguindo o pensamento de Carroll (1999), esse interesse e prazer que temos em relação ao monstro/criatura e sua revelação, podem ser um produto da maneira como esses elementos são apresentados em uma narrativa mais ampla. Isso quer dizer que nem sempre esse despertar estará ligado diretamente ao ser sobrenatural em si.

Outra ideia de Hume (*apud*, Carroll, 1999, p. 257) apresentada afirma:

[...] um acontecimento trágico e perturbador está dentro de um contexto estético, com um ímpeto próprio, o sentimento predominante de resposta, no que se refere ao prazer e ao interesse, está ligado à apresentação como função da estrutura narrativa geral.

Hume e Aikin (*apud*, Carroll, 1999) dissertam que a trama estética de acontecimentos considerados, na maioria dos casos como desagradáveis, depende do contexto estrutural em que é apresentado na narrativa. Essas narrativas regularmente são embasadas em provar, descobrir e afirmar a existência de algo considerado impossível, algo que seja contraditório aos nossos esquemas de conceitos atuais, ou seja, o que sabemos que é real ou não. Portanto

as expectativas apresentadas pelos telespectadores sobre as tramas de horror, são baseadas em confirmar essa existência sobrenatural abordada pela produção.

Dando enfoque ao paradoxo do horror, o autor desenvolve diferentes conceitos sobre as produções e o interesse gerado por elas, tais como: objetos de horror artístico são repugnantes e fascinantes, perturbadores e cativantes, pois fogem das classificações mundanas e a relação entre fascínio e horror é contingente. Deste modo, é possível concluir que objetos de horror artístico violam nossas categorias culturais em vigor, sendo essas violações, um dos fenômenos que mais chamam a atenção dos telespectadores.

Carroll (1999) alega que o fascínio e horror não tem uma relação por definição, pois nem tudo que fascina provoca horror e vice-versa. Entretanto, em determinado contexto das ficções de horror, há uma forte correlação entre fascínio e horror, visto que os monstros/criaturas são seres anômalos, ou seja, fora do comum. Assim, onde há horror artístico, é provável que haja pelo menos uma perspectiva de fascínio.

Com tais conhecimentos vigentes, o autor faz a seguinte afirmação: “*Thrillers* de detetives e filmes de catástrofe que mobilizam estruturas de enredo análogas não proporcionam o mesmo tipo de fascinação e, portanto, não são substitutos exatos das ficções de horror” (Carroll, 1999). Nessa ideia, buscamos justamente pelo horror ficcional porque ele proporciona uma fascinação específica, a qual tem ligação com o fato de que é estimulada pelos mesmos objetos que originam o horror artístico.

A relação entre o horror e a fascinação pode ser explicada por duas visões, a visão integracionista e a visão co-existencialista. A integracionista é conceituada como: “[...] quando temos prazer com um melodrama, entristece-nos com os acontecimentos retratados e a própria tristeza contribui para o prazer que temos com a ficção” (Carroll, 1999, p. 271).

Já a visão co-existencialista é explicada como:

Na visão co-existencialista, a sensação de prazer proporcionada por ficções aflitivas deve-se ao fato de um sentimento ser forte o bastante para derrotar o outro, como no caso do ‘riso entre lágrimas’. No caso de um melodrama, a explicação co-existencialista diz que a tristeza e o prazer existem simultaneamente, o prazer compensa a tristeza. (Carroll, 1999, p. 271).

A hipótese co-existencialista afirma que os prazeres derivados do horror artístico fazem parte da fascinação, a qual compensa as emoções negativas geradas pela ficção. Essa tese pode ser aplicada em duas teorias: a teoria universal da atração exercida pelo horror, em que explica-se: a fonte de prazer está diretamente ligada à manifestação pura e simples do monstro/criatura. E a teoria geral da atração exercida pelo horror, a qual expõe: a fonte

principal de prazer é derivada da organização narrativa do enredo, ou seja, da manifestação do monstro num contexto narrativo.

Assim, de modo a complementar, Carroll (1999) apresenta a tese de que o horror artístico que sentimos é dominado pela fascinação causada pelo monstro/criatura, juntamente ao – na maioria dos casos – o fascínio gerado pelo enredo no processo de organização da revelação do ser sobrenatural. Assim conclui-se que a aflição provocada pelo horror gera uma fascinação, a qual ao final da obra é compensada pelo prazer ao ter a curiosidade saciada.

### 2.3 CATARSE EMOCIONAL

O termo *catarsis*, de acordo com Aristóteles, significa "limpeza da alma". Esse conceito visa a eliminar perturbações psíquicas, tensões e angústias, através da purificação ou limpeza emocional, baseando-se na rememoração de fatos passados que estejam ligados àquelas perturbações. Proporciona-se, então, um alívio e uma sensação de renovação interior. (MENDES, 2024).

Portanto, assim como explica Carroll (1999), quando se assiste às produções de horror esse mecanismo é ativado, propondo que o horror tanto em filmes quanto em literatura, serve como uma ferramenta para enfrentarmos nossos medos de maneira controlada. Ao assistir a um filme de horror ou ler uma história assustadora, somos convidados a encarar nossos temores de forma segura, dentro de um contexto ficcional. Isso nos permite explorar nossas ansiedades mais profundas, muitas vezes relacionadas ao desconhecido, à morte ou ao sobrenatural sob a condição de não correr perigos reais, ocasionando deste modo a extravasão dos sentimentos e emoções contidas no indivíduo.

Além disso, o medo do desconhecido e do incompreensível – representado por monstros como *Cthulhu* (1926) – leva os telespectadores a enfrentarem seus medos mais profundos sobre o universo e sua insignificância comparado a ele. Entretanto, esses elementos são moldados pela cultura e pelo contexto histórico vivido, refletindo não apenas os medos individuais, mas também preocupações sociais mais amplas, como os monstros do século XIX, os quais refletiam os medos da revolução industrial.

Como exemplos desta percepção referenciados por Melo e Baptista (2015), os monstros gigantes representados nas telas – durante o período de intensificação da Guerra Fria (1950-1960) – simbolizavam tanto uma resposta ao uso de armas nucleares, quanto ao receio

de que tais armas viessem a ser usadas novamente em outro conflito envolvendo as duas potências. O personagem mais clássico deste ponto a ser citado é o monstro japonês Godzilla, que nasceu em virtude de testes nucleares e portanto se relaciona com o momento histórico-social do período em questão. (HONDA, 1954 *apud* MELO; BAPTISTA, 2015).

## 2.4 MARKETING CINEMATOGRAFICO

O marketing é uma das partes mais essenciais na indústria do cinema, pois tem como objetivo promover e comercializar a obra cinematográfica – filme ou série – para um determinado público. É caracterizado como um processo que percorre toda a produção da obra até seu lançamento e de acordo com o Portal do Marketing (2022) se baseia em “[...] uma combinação de técnicas tradicionais e modernas, incluindo trailers, pôsteres, anúncios em televisão e rádio, campanhas de mídia social e eventos promocionais”. Com isso, o marketing tem como objetivo chamar a atenção do público para a produção audiovisual, assim alavancando a audiência e garantindo sucesso na bilheteria. (PORTAL DO MARKETING, 2022).

### 2.4.1 ANÁLISE DA OBRA *CINEMA E PSICANÁLISE* E SUA RELAÇÃO COM O MARKETING

A obra literária *Cinema e Psicanálise* (2015), organizada por Ana Lucilia Rodrigues e Christian Ingo Lenz Dunker trata de diversas ideias para relacionar o cinema e a psicanálise, definindo o cinema como “[...] campo de criação de problemas formais sobre a subjetividade e como linguagem, narrativa e discurso sobre suas modalidades de sofrimento” (Rodrigues e Dunker, 2015). Já o conceito de psicanálise, explorado no livro, não se trata apenas de uma teoria do funcionamento psíquico, mas sim de um “método clínico de tratamento e experiência ética da transformação” (Rodrigues e Dunker, 2015). No volume um da obra, são abordados temas correlacionando o cinema com a formação do desejo – decorrente dos filmes publicitários – relacionada com a função simbólica da imagem.

De acordo com o capítulo “A criação do desejo no filme publicitário”, exposto no livro e desenvolvido por Alvaro Fernando Faria (2015), as campanhas publicitárias foram transformadas em usinas de desejos. Nesse sentido, essas publicidades utilizam de diferentes técnicas de marketing e convencimento para vender não o produto, mas sim o desejo que ele

possui o potencial de realizar. Entretanto, esses desejos são prometidos, mas não cumpridos, ou seja, se vende o desejo e se entrega o produto. O autor exemplifica essa situação ao mencionar a quantidade imensa de carros quatro por quatro espalhados pelas cidades em todo o mundo, mesmo que o modelo das rodas não seja utilizado, já que seu objetivo é percorrer por terrenos difíceis e subir montanhas. Apesar disso, o desejo vendido de ter a experiência de ser um aventureiro ao adquirir esses carros já é o suficiente para os consumidores, pois é prometido o que eles sonham alcançar, ainda que os compradores saibam que não se tornaram aventureiros por causa desse produto. (FARIA, 2015).

No capítulo “Quando as canções entram no cinema: a música entre o supereu e o ideal de eu”, Robson de Freitas Pereira (2015) afirma que incluir uma trilha sonora em um filme é como unir o olhar e a voz, criando uma fusão entre as imagens e os sons que transcendem a experiência visual e auditiva isolada. A ideia de incluir músicas que tocavam no rádio nos filmes surgiu de uma reflexão do cineasta norte-americano Dennis Hopper, enquanto dirigia para seu *set* de filmagens pensou que poderia incluir músicas que escutava em seu dia a dia nas filmagens. Dessa forma, as músicas que eram tocadas no rádio passaram a fazer parte integrante do *set* de filmagens. O cinema nunca foi silencioso, desde o seu surgimento sempre contou com sons e músicas para criar atmosferas e imergir o espectador na narrativa, a partir do momento em que as músicas escutadas no dia a dia começaram a ser incorporadas de forma mais sistemática, foram muito bem recebidas pelos telespectadores, dessa forma a música passou a contribuir para a composição de cenas, construção de personagens e a gerar uma identificação com o telespectador. (PEREIRA, 2015).

“*Mise-en-scène*: câmera luz, corpos em movimento”, é o nome dado ao sexto capítulo de *Cinema e Psicanálise* (2015), escrito por Rafael Lessa, um mestre em direção e roteiro para cinema e TV. O termo *Mise-en-scène* nasceu no teatro do século XIX, advém do francês e significa “encenar” ou “pôr em cena”, sendo assim, essa técnica abrange diferentes elementos cinematográficos como “as relações da câmera no espaço plano; o conteúdo dramático; a sonoplastia; o cenário; a iluminação; o figurino; a maquiagem; e a atuação” (Lessa, 2015). Esses elementos devem ser comandados em harmonia pelo diretor da produção audiovisual, juntamente de sua equipe e elenco, com isso, redirecionando o resultado final da obra. Lessa (2015) afirma que qualquer plano – cena – contém sua própria *mise-en-scène*, pois essas produções exploram os diferentes pontos citados anteriormente para a construção dessa cena, contudo, a variante é a complexidade na criação de uma gramática visual por parte

do diretor. “Quanto mais complexa a *mise-en-scène*, maior o significado e emoção dentro do plano”, explica o autor, assim, essa técnica se trata da articulação e organização desses elementos cinematográficos dentro de um plano para transmitir ao espectador o sentimento ou ideia que se quer passar. (LESSA, 2015).

Ao final do capítulo seis, Lessa (2015) analisa a *mise-en-scène* presente no filme *Sangue de pantera* (1942), uma obra de horror desenvolvida pelo diretor Jacques Tourneur, o qual participou da produção de vários outros filmes do gênero. *Sangue de pantera* (1942) apresenta a história de Irena Dubrovna, uma mulher que sofre de alucinações com animais felinos frequentemente. Esses acontecimentos geram uma natureza violenta na protagonista, porém, ao conhecer Oliver, com quem irá se casar mais tarde, Irena acredita que ele poderá salvá-la de seus instintos animais, porém, isso muda quando o homem se envolve com Alice, sua colega de trabalho. As cenas seguintes não contém muitos movimentos de câmera, sendo compostas por vários diálogos que ao decorrer do filme contam sobre o passado de Irena e revelam, pouco a pouco, sobre o psicológico daquela mulher e sua realidade. O autor afirma que essa obra traz planos com uma *mise-en-scène* simples, contudo, extremamente eficiente para demonstrar a simbologia das cenas e enriquecer a comunicação da gramática visual e narrativa do filme. Lessa (2015) expõe planos trazidos por Tourneur (*apud*, Lessa, 2015, p.124) na obra, para representar a mudança no caráter de Irena e o conflito que iria se desenvolver, como por exemplo:

A primeira cena que gostaria de analisar mostra Irena voltando do escritório do psiquiatra após sua primeira consulta. Essa cena é importante, pois ilustra a primeira mudança no curso da narrativa no que se refere à dinâmica de poder entre os três personagens principais: Irena, Oliver e sua colega de trabalho Alice, que é apaixonada pelo homem. [...] abre a cena com um plano aberto: ela entra no apartamento e encontra Oliver e Alice. Irena está pequena, no fundo do plano, encravada entre Oliver e Alice, que estão em primeiro plano e, logo, em tamanhos maiores. Irena, portanto, está ofuscada nesse plano. (Rafael Lessa, 2015, p.124).

No desenrolar da história, o diretor apenas apresenta cenas onde Irena está sozinha e em contrapartida Oliver e Alice permanecem juntos no plano. Mesmo após Irena revelar suas fragilidades e que havia ido a uma consulta psiquiatra, para seu marido, Oliver não se junta a ela, continuando ao lado de Alice. Essa utilização da *mise-en-scène* tem o intuito de “diminuir” Irena e destacar o possível envolvimento romântico entre Oliver e Alice, explica o autor.

Lessa (2015) cita outra cena fundamental para a trama que utiliza de uma técnica simples, que é mover os atores no plano, para desenvolver o conflito central da narrativa, sendo ela:

A cena ocorre em plano aberto: Oliver e Alice estão no escritório, ocupados com um projeto. O próximo bloco dramático acontece quando Oliver caminha para perto de um bebedouro, uma área mais reservada do escritório, e, ali, expõe sua insatisfação com o casamento. Alice se emociona com a confissão de Oliver e, decidida a revelar seus sentimentos, conduz a cena para detrás de um conjunto de armários, onde eles ficam isolados. Ali, protegida por essa “parede”, ela confessa seu amor, plantando a semente que vai destruir o casamento do colega e, por consequência, colocar sua própria vida em risco, já que o ciúme de Irena vai dar vazão ao seu lado “pantera”. (Rafael Lessa, 2015, p.125).

Ao longo do capítulo, o autor cita outras cenas que retratam o lado pantera da protagonista e que isso está a tornando mais violenta, como por exemplo quando Irena ataca misteriosamente Alice dentro da piscina, destruindo o roupão da mesma. Turner (*apud* Lessa, 2015, p.126) também usa de sombras para retratar o estado psicológico de seus personagens, visando isso, Irena é posicionada, ao longo da obra, debaixo de sombras felinas ou ao lado de imagens desses animais. Entretanto, ainda que Irena tente controlar seu lado animalesco, aprisionada a um casamento infeliz, todo esse sofrimento cessa ao final do filme, quando a pantera do zoológico visitado pela protagonista no início do filme, escapa de sua jaula e a mata, revelando assim, que a natureza selvagem de Irena a levou a sua morte. (LESSA, 2015).

### 3 METODOLOGIA

Para o projeto do grupo, o tipo de pesquisa mais adequado aos objetivos definidos, foi a metodologia quali-quantitativa, tendo em vista que um estudo qualitativo se baseia em:

Um dado qualitativo é aquele que se refere à qualificação ou à qualidade de determinada coisa ou situação. Na prática, é uma informação que representa uma característica em que podemos compreender melhor quando é expressa por meio de palavras, em vez de números. (Calado, 2021).

E um quantitativo por:

O dado quantitativo é aquele que pode ser mensurado, ou seja, ele permite uma análise em que podemos medir a quantidade de algo. A análise quantitativa é importante, pois [...] permite a utilização de números. Isso facilita a visualização gradativa dos resultados, o que ajuda a entender a dimensão de um problema, e oferece a possibilidade de quantificá-lo. (Calado, 2021).

A prática da metodologia dessa pesquisa se deu primeiramente pela aplicação de um questionário digital através do *Google Forms* e em seguida por entrevistas, totalizando assim duas etapas.

Na primeira, para compor o recorte do público desejado, foram elaboradas questões objetivas para os estudantes do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) Jaraguá do Sul - Centro, que possuíam idade entre 16 e 18 anos, da 4ª fase à 6ª fase e para os professores que estavam envolvidos no Curso Técnico Integrado em Modelagem do Vestuário. Método o qual, teve por objetivo filtrar o público, selecionando aqueles que sentiam interesse em assistir às produções audiovisuais de horror. Ao final do primeiro questionário realizou-se a análise dos resultados e foi determinado um recorte de 50% do público filtrado de acordo com os seguintes critérios:

- Resposta de 90% a 100% positiva às questões objetivas de sim ou não (questões: 2, 3, 4 e 5, em anexo: Questionário 1).
- Resposta entre 3 a 5 nas questões de frequência/intensidade (questões: 1 e 2.1, em anexo: Questionário 1).

Na elaboração do segundo questionário, as 5 questões foram desenvolvidas baseadas nas hipóteses criadas pelo grupo a fim de entender qual/quais a(s) motivação/motivações dos telespectadores para assistir aos filmes de horror (em anexo: Questionário 2).

Sucedeu-se então a segunda etapa, na qual ocorreu a aplicação do segundo questionário com os participantes selecionados, um total de 11 pessoas – 5 professores e 6 alunos – por meio de entrevista gravada, realizada em duplas de pesquisadores. Prática justificada por possíveis esclarecimentos de dúvidas e assistência dialogada.

As perguntas seguiram focando-se no tema e especificando a indagação sobre as motivações que levam os estudantes e professores do IFSC a assistirem às obras de horror. Em conclusão, os resultados obtidos foram analisados e correlacionados às hipóteses, levando à finalização do trabalho.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

A partir da metodologia escolhida para o projeto, os dados necessários para a validação ou não das hipóteses propostas foram coletados e uma análise de forma individual e coletiva sobre as respostas das entrevistas foi desenvolvida.

Todos os entrevistados abordaram como motivação para assistir às obras de horror o fascínio gerado pela apresentação de monstros/criaturas no enredo. A grande maioria mostrou buscar por fortes emoções como a adrenalina e a agitação. Além disso, praticamente dois

terços do total dos entrevistados demonstraram que a catarse é significativa ao assistir às produções de horror. Contudo, a 3ª hipótese, a qual diz ter como motivação a possibilidade de interrupção das obras, teve de ser refutada, isso porque sua contradição vem diretamente pelo gênero ser entendido como proporcionador de uma experiência, assim a intenção de interrompê-la diante das circunstâncias, não se torna relevante. Apesar disso, a hipótese do marketing obteve correspondência total por parte dos entrevistados, sendo uma eminente motivação para os telespectadores do horror.

Com isso, analisou-se percentualmente as respostas obtidas e as percepções sobre o cinema do horror dos entrevistados, como mostra-se a seguir:

- 1ª hipótese: as técnicas de marketing utilizadas nas produções de horror cativam a atenção do público e despertam o interesse em assistir às obras. De acordo com as respostas obtidas, 100% dos entrevistados concordaram com essa hipótese, comprovando-a.
- 2ª hipótese: os que assistem o gênero do horror procuram pelas produções para sentirem adrenalina e excitação. Isso porque os filmes/séries de horror podem desencadear esses estados, visto que ocasionam situações de medo e emoções fortes como a ansiedade. Assim, 72,72% dos entrevistados concordaram com a hipótese, enquanto 27,27% discordaram. Sendo assim, a hipótese foi validada.
- 3ª hipótese: os espectadores buscam as produções de horror por contemplarem a condição de controlar seus sentimentos ao ser possível realizar a interrupção do filme/série – a qualquer momento – diferentemente da vida real onde isto não ocorre. Portanto, essa possibilidade de regular as emoções, como medo ou tensão, sentidas durante essas obras, seria algo a chamar a atenção do público. Essa hipótese foi refutada, devido à rejeição de 63,63% dos entrevistados. Enquanto isso, ocorreu uma concordância de 18,18% e indiferença de 18,18%. Essa não aceitação da hipótese vinda dos entrevistados pode ser explicada por, especificamente, nas produções audiovisuais de horror não haver uma grande relevância na procura por essa ferramenta de controle. Todavia, em outras produções de horror/terror, como em *games*, a possibilidade de interromper a experiência é algo muito mais frequente e atrativo, visto que jogos desse gênero criam um ambiente tenso onde se está mais sujeito à sustos, quase como se o espectador (jogador) estivesse realmente vivendo a situação em primeira pessoa.

- 4ª hipótese: as produções audiovisuais de horror atraem os telespectadores por apresentarem enredos e seres incognoscíveis, os quais geram fascínio devido à sua natureza sobrenatural e intangível. Ou seja, a causa desse interesse se relaciona com a presença de conceitos fora do comum, da realidade. Essa hipótese foi comprovada, tendo em vista que houve 100% de concordância nas respostas apresentadas pelos entrevistados.
- 5ª hipótese: o público procura as produções de horror porque são um meio pelo qual a catarse é colocada em prática, experiência que, é definida por permitir enfrentar os medos mais profundos e liberar emoções reprimidas, proporcionando alívio. Assim, as experiências trazidas pela catarse emocional atrai a atenção dos espectadores para as obras de horror. A hipótese foi validada, pois 63,63% dos entrevistados concordaram com a mesma. Em contrapartida, 36,36% dos entrevistados discordaram dessa hipótese, explicando que não sentem catarse ou que isso não lhes causa interesse.

Ao analisarmos mais detalhadamente as entrevistas, houve o levantamento de novas ideias e conceitos referentes ao gênero do horror e o apreço do público por essas obras. A partir disso, relacionamos essas contribuições com cada hipótese do projeto.

Em relação à primeira hipótese, que foi discutida com os entrevistados por meio da primeira pergunta do questionário 2, o termo “poder da sugestão” foi apresentado por um dos entrevistados, o qual afirmou que essa técnica é essencial em *trailers* de horror para divulgar o filme e chamar a atenção do público para a obra. O poder da sugestão é um conceito estabelecido por Jacques Tourner, um cineasta, que se baseia em instilar aos poucos as ideias da produção audiovisual ao invés de impor visões sobre ela. Sendo assim, Tourner afirma que “quanto menos a pessoa vê, mais ela acredita” (*apud* Carta Capital, 2012), princípio que define o cinema de baixo orçamento e grande impacto do cineasta. Tendo isso em vista, o entrevistado exemplificou que os trailers de horror não devem mostrar as cenas impactantes da história do filme, mas devem apresentar apenas cenas que reflitam o tema daquela obra.

Outro ponto que podemos observar que correlaciona-se com o marketing usado no cinema do horror, é o contexto tempo-social da sociedade contemporânea, no qual é fortemente demarcado a importância e o avanço tecnológico. Isso pois, no mundo atual, onde a utilização das redes sociais está cada vez mais massiva e a frequência do uso de telas é demasiadamente ampliada, torna-se cada vez mais essencial a divulgação das produções audiovisuais pela internet, bem como o investimento em técnicas de engajamento, trailers,

conteúdo relevante, anúncios, parcerias, entre outras formas de marketing colocadas em prática para atrair a atenção do público.

A quarta hipótese relaciona-se com a inserção de seres e enredos fora da realidade nas obras de horror, em que um dos entrevistados relatou que essa refere-se a uma ferramenta narrativa, a qual tem o intuito de cativar mais a atenção dos espectadores que se interessam por elementos sobrenaturais. Deste modo, demonstrou que esses aspectos são indiferentes em relação ao seu interesse por essas obras, ou seja, ainda que esses elementos não estejam presentes na obra, o interesse em assisti-la ainda será o mesmo. O entrevistado exemplificou a questão relatando uma das cenas do filme *Hereditário* (2018), na qual se mostra uma personagem se mutilando violentamente enquanto levita, assim, afirmou que o que verdadeiramente lhe causou horror, foi a agressão em si que a personagem estava realizando e não o fenômeno sobrenatural de levitar sobre o qual a obra induz ser o mais horroroso, já que esse acontecimento paranormal indicaria uma possessão relacionada a forças sobrenaturais, como o diabo.

Ao longo das entrevistas, foi perceptível que a maioria dos entrevistados busca em produções de horror por emoções fortes, como medo e tensão e conseqüentemente vêm a experienciar a catarse emocional. Analisando as respostas obtidas, também é possível notar que a catarse em certas ocasiões aparenta ocorrer, mesmo que o espectador não esteja procurando por essa sensação especificamente nas obras. Todavia, os que não compartilham dessa busca por fortes emoções afirmaram se interessar principalmente pela narrativa do filme, sem necessariamente se importar com os sentimentos que serão ocasionados no decorrer do enredo.

Por fim, uma parte dos entrevistados que telespecta obras de horror há muitos anos e com relevante frequência, relataram assistirem meramente pelo ato simples de gostar do gênero, sem terem uma motivação especial ou algo muito específico que lhes interesse ou cativa sua atenção ao escolher para assistir uma produção audiovisual de horror. Portanto, relacionamos a “falta de motivação” desses espectadores à integração do cinema de horror em sua rotina, situação da qual não sabe-se mais especificamente o porquê do interesse por essas obras, a não ser pelo próprio gosto pessoal.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O nosso projeto procura entender as motivações dos alunos e professores do IFSC a assistirem produções audiovisuais de horror, visto que filmes de horror despertam desconforto e medo, sensações as quais as pessoas normalmente têm aversão, mas que mesmo assim são consumidos. Para o desenvolvimento do trabalho o grupo formulou as seguintes hipóteses: As técnicas de marketing que cativam a atenção do público; a busca por adrenalina e excitação; ter a possibilidade de pausar o filme, desse modo controlando seus sentimentos; os enredos e os seres incognoscíveis que geram fascínio e a procura pela catarse a qual proporciona a experiência de alívio ao presenciar os sentimentos, portanto a liberação de emoções.

Os entrevistados demonstraram como principais motivações para assistir às obras de horror a influência do marketing e a caracterização incognoscível dos monstros/criaturas bem como dos enredos sobrenaturais, obtendo a total concordância dos entrevistados (100%). Além disso, fatores como a catarse (63,63% de concordância) e emoções fortes proporcionadas pelas produções, como adrenalina e excitação (72,72% de concordância), chamaram a atenção de mais da metade do público. No entanto, a possibilidade de interrupção da obra de horror não é atrativa, pois obteve 63,63% de rejeição, sob a justificativa de que, segundo os entrevistados, o ato de interromper o filme/série também interrompe a experiência proporcionada pelo horror.

Ao decorrer de nossa pesquisa, adquirimos novas percepções sobre o gênero do horror, compreendemos que suas obras são mais amplas e complexas, não caracterizadas apenas como produções com o simples intuito de assustar seu público, definição pela qual geralmente a sociedade se posiciona. Temos como exemplo muitas produções de horror que apresentam críticas sociais intensas, como o filme *It: a coisa*, que retrata o bullying, o abuso infantil, traumas (e medo de não enfrentá-los), exclusão e preconceitos, temáticas as quais causam grande impacto nos telespectadores por se tratarem de situações realistas e não de ficção, maneira pela qual os filmes de horror são idealizados. Outra situação que apresenta essa verossimilhança, é nos filmes da franquia *Pânico*, que trás como assassinos apenas humanos e, dessa forma, causa uma percepção analítica de que os humanos podem ser o ‘monstro’ da história.

Apesar de várias obras terem o objetivo de obterem reconhecimento popular e profissional, seja por sua cinematografia, enredo reflexivo, ou até mesmo a caracterização de seus personagens; ao longo dos tempos essa tarefa se tornou muito difícil, devido a preconceitos e idealizações sem embasamento, porém cada vez mais está se buscando dentro do cinema de horror, quebrar esses paradigmas.

Com a conclusão de nossa pesquisa, adquirimos um olhar crítico sobre o gênero do horror, o qual percebe-se merecer ser visto de uma maneira diferente, não apenas como uma produção que é feita para causar medo e desconforto, mas sim como uma poderosa ferramenta de crítica e expressão artística. Em muitas das obras apresentam-se espelhos da sociedade, relação que normalmente passa despercebida pela própria comunidade, sendo assim muitas produções de horror acabam não ganhando o reconhecimento devido que merecem, mesmo que não se tratem por um conteúdo raso. Assim, com o desenvolvimento do nosso trabalho, algo que se tornou evidente foi a adoção de uma maior frequência de consumo por obras desse gênero por integrantes do grupo que não possuíam esse interesse, ou seja, com o nosso projeto nós não só conseguimos adquirir novas percepções sobre o gênero do horror, mas também despertamos novas ambições pessoais.

## REFERÊNCIAS

ALPAÑÉS, Enrique. Paradoxo do terror: Por que os filmes que causam medo podem ser bons para saúde mental. [S. L], **O Globo**, 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/saude/bem-estar/noticia/2024/01/27/paradoxo-do-terror-por-que-os-filmes-que-causam-medo-podem-ser-bons-para-a-saude-mental.ghtml>. Acesso em 03 de abr. 2024.

CALADO, Andréa. Descubra a diferença entre dados qualitativos e quantitativos e como usá-los. [S. L], **Rockcontent**, 2013. Disponível em: [https://rockcontent.com/br/blog/dados-qualitativos-e-quantitativos/#:~:text=Um%20dado%20qualitativo%20%C3%A9%20aquele,palavras%2C%20em%20vez%20de%20n%C3%BAmeros. Acesso em 12 de abr. 2024.](https://rockcontent.com/br/blog/dados-qualitativos-e-quantitativos/#:~:text=Um%20dado%20qualitativo%20%C3%A9%20aquele,palavras%2C%20em%20vez%20de%20n%C3%BAmeros.)

CARROLL, Noël. A Filosofia do Horror ou os Paradoxos do Coração. **Papirus**, 1990. Disponível em: <https://alemdatocadocoelho.wordpress.com/2020/06/12/a-filosofia-do-horror-ou-os-paradoxos-do-coracao-noel-carroll/>. Acesso em: 13 mar. 2024.

CARTACAPITAL. O poder da sugestão. **CartaCapital**, 2012. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/cultura/o-poder-da-sugestao/>. Acesso em: 8 de abr. 2025.

DUNKER, I., L., Chistian. RODRIGUES, L., Ana. Cinema e psicanálise: A criação do desejo. 2. ed. **São Paulo: nVersos**, 2015. Acesso em 13 de mar. 2025.

MELO, L., André; BAPTISTA, C. L. Maria. Os subtextos do terror no cinema. Rio de Janeiro: **Universidade de Caxias do Sul**, 2015. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/371340924\\_Os\\_subtextos\\_do\\_terror\\_no\\_cinema](https://www.researchgate.net/publication/371340924_Os_subtextos_do_terror_no_cinema). Acesso em 13 de mar. 2024.

MENDES, Rafael Pereira Da Silva. O que é Catarse?. **Brasil Escola**, 2024. Disponível em: [https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/o-que-e-sociologia/o-que-e-catarse.htm#:~:text=A%20catarse%20%C3%A9%20tradicionalmente%20associada,uma%20sensa%C3%A7%C3%A3o%20de%20renova%C3%A7%C3%A3o%20interior. Acesso em: 15 maio 2024.](https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/o-que-e-sociologia/o-que-e-catarse.htm#:~:text=A%20catarse%20%C3%A9%20tradicionalmente%20associada,uma%20sensa%C3%A7%C3%A3o%20de%20renova%C3%A7%C3%A3o%20interior.)

OLIVEIRA, Thais Rodrigues. ANAIS DA VII SAU 2018-PDF COMPLETO. **Anais da Semana do Audiovisual**, v. 5, n. 1, p. 1-68, 2018. Disponível em: <https://www.anais.ueg.br/index.php/sau/article/view/12119>. Acesso em 23 de mar. 2025.

Portal do Marketing. O que é Marketing Cinematográfico. **Portal do Marketing**, 2000-2022. Disponível em: [https://www.portaldomarketing.com.br/Artigos6/O\\_que\\_e\\_Marketing%20Cinematografico.htm](https://www.portaldomarketing.com.br/Artigos6/O_que_e_Marketing%20Cinematografico.htm). Acesso em: 8 abr. 2025.

## ANEXOS

Questionário 1:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScf4TJwd-FwPy3TUvxX81rS6asPUzWv3xHMj3J5y\\_3Hsd0ffA/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScf4TJwd-FwPy3TUvxX81rS6asPUzWv3xHMj3J5y_3Hsd0ffA/viewform?usp=sf_link)

Questionário 2:

[https://docs.google.com/document/d/1M\\_MqfuqUnph6qEuypgAPU4NOvmQ4gn6rfOMpE0GcKQI/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1M_MqfuqUnph6qEuypgAPU4NOvmQ4gn6rfOMpE0GcKQI/edit?usp=sharing)

Entrevistas:

<https://docs.google.com/document/d/1EZ38t1uaZdlsVu9hIQCYEBP3Y3tJ2jY-YjD36peHp5A/edit?usp=sharing>