

O cinema e a manipulação das massas

ANDRÉA BITTENCOURT CHAVES*

PAULO SERGIO PAMPLONA FRAZÃO**

Resumo

O presente estudo objetiva discutir o cinema por meio do pensamento de Theodor Wiesengrund Adorno. Para tanto foi elaborado um levantamento bibliográfico sobre o cinema e a teoria crítica de Adorno, obtendo como resultado a compreensão do conceito de Indústria Cultural como produtora de cultura, organizada por meio de uma elite deliberadora, a partir de seus interesses e do destino dos consumidores, assim é possível concluir que a cultura não provém das massas e sim, é um produto da Indústria Cultural para criação de valores intrínsecos ao capital. Neste sentido, o cinema é o mais eficiente destes meios.

Palavras-chave: Teoria Crítica; Cinema; Indústria Cultural.

Abstract

This study aims to discuss cinema through the works of Theodor Wiesengrund Adorno. Thus a bibliographic mapping was prepared for both cinema and the critical theory of Adorno, getting results in the understanding of the concept of cultural industry as a producer of culture organized by a deliberating elite, beginning with their interests and the fate of the consumers. So and it is possible to conclude that culture does not come from the masses but instead, it is a product of the cultural industry to create intrinsic value to capital. In this sense, cinema is the most efficient of these means.

Key words: Critical Theory; Cinema; Cultural Industry.



* **ANDRÉA BITTENCOURT CHAVES** é Doutora em desenvolvimento sócio ambiental – NAEA/UFPA; Professora Associada I-IFCH-UFPA.



** **PAULO SERGIO PAMPLONA FRAZÃO** é Especialista em História da Amazônia pela Universidade da Amazônia; Professor de Filosofia da Secretaria de Educação do Estado Pará.

Introdução

Existem debates sobre uma radical distinção entre o que vem a ser o objeto de arte produzido por um artesão e o objeto de arte resultante de uma produção em série, ou seja, advindo da Indústria Cultural, como também, sobre uma produção artística dissociada da ideologia que a sustenta. Inicia-se assim a discussão acerca da valorização da obra de arte e das suas relações na sociedade. O presente trabalho se propõe a discutir tais questões. Para tal empresa utilizamos o pensamento de Theodor Wieselgrund Adorno.

Adentrar nas obras de Adorno é um árduo trabalho que requer uma especial atenção. É certo que todo pensador exige a mesma preocupação e cuidado, no entanto, Adorno utiliza-se de muitos conceitos que nos remetem a uma contextualização. Exemplo disto é o termo Indústria Cultural. É válido tentar esclarecer que o conceito de Indústria Cultural em Adorno significa o instrumento pelo qual se estabelecem as ideologias e ideologia significa o controle das consciências individuais (ADORNO, 1996).

De acordo com Cohn (1987), para o pensador Adorno a ideologia não se reduz a um sistema de ideias ou representações culturais, não é uma característica de uma determinada modalidade de consciência social, mas é um processo responsável pela própria formação da consciência social. Ideologia não é uma ideia em si, mas as



forças que levam esta ideia a se tornar válida e aceita, é o que torna o consenso uma convenção.

Neste sentido, o conceito de arte pode ser discutido de duas formas: “Arte” – aqui entendido como produto de uma Indústria Cultural – como um produto que deliberadamente é construído para ser uma mercadoria; e Arte sem aspas, ou seja, algo que deve

ser livre de qualquer espécie de ideologia, seja esta religiosa, econômica, política etc., então é necessário que seja feita uma análise a respeito da Arte como atividade autônoma do espírito humano.

Autonomia tem aqui o sentido de ser livre, de não estar vinculada a nenhuma atividade ideologizante, oriunda de uma Indústria Cultural onde a técnica de produção está voltada não para atender o consumidor desta arte, mas sim, preocupada em apresentar o seu produto – que é a própria indústria – e reproduzi-lo.

O mais importante para a indústria é (re)produzir e não supor que o consumidor tenha sido atendido em suas expectativas. No entanto, o artista é aquele que executa sua atividade sem estar visando única e simplesmente à comercialização de sua criação. Artista é aquele que cria seguindo seus impulsos mais íntimos.

Em 1922, na Turíngia, na região da Alemanha, alguns intelectuais se reuniram para formar um grupo de estudos marxistas. Dentre os seus

participantes estava Theodor Wiesengrund Adorno. Este grupo inicial foi desenvolvido a ponto de ser fundado um Instituto de Pesquisa Social, oficialmente criado em 03 de fevereiro de 1923 (FREITAG, 1986).

A vontade de autonomia por parte dos seus membros era uma das grandes preocupações do grupo. Dedicção às pesquisas e reflexão sobre liberdade tornava o grupo algo de importante, visto haver um clima não muito propício para este tipo de atividade. O surgimento do nazismo e o recente fim de uma guerra mundial eram fatores influentes na sociedade da época. De fato, havia no Instituto à vontade de se fazer uma análise crítica dos problemas produzidos pelo capitalismo.

Quando Max Horkheimer assume a direção do Instituto, em 1930, este intento ganha mais força. Vale dizer que este pensador foi, por muitos anos, parceiro de Adorno em alguns escritos.

É bem verdade que Adorno juntou-se mais firmemente ao Instituto quando de sua mudança para os Estados Unidos. A transferência da “Revista de Pesquisa Social” deu-se por preocupações com o crescente anti-semitismo que se desenvolvia na Alemanha com o advento do nazismo.

A obra de Adorno foi escolhida como referência por ser este um intelectual preocupado em pensar a sua época e os problemas existentes então. Desde os seus trabalhos sobre “regressão da capacidade auditiva dos ouvintes” passando por vários outros textos; o autor da “Dialética do Esclarecimento” (1996) preocupava-se com a produção em massa, as emissões radiofônicas, com o cinema, com a arte, a felicidade do ser humano e principalmente com a sua liberdade.

Muitos pensadores debruçaram-se sobre tais temas. Destarte, Adorno dá a ele uma atualidade muito própria. Esta atualidade não apenas o torna importante quando do lançamento do livro “Dialética do Esclarecimento”, escrito junto com Horkheimer em 1947, como também, apresenta uma tese não proposta até então pela chamada “Escola de Frankfurt”, qual seja, o fim da crença na racionalidade, no alcance da maioria do ser humano pela razão.

Até este momento, ainda se mantinha a crença na concepção kantiana da razão pura. O ser humano encontraria sua autonomia e se realizaria pela razão. Nesta obra de 1947 esta certeza é questionada. Há uma nova força que deturpa os indivíduos e suas consciências alterando, desse modo, a razão humana. Foi eliminada do ser humano qualquer possibilidade de resistir criticamente.

Agora, o ser humano é determinado por um sistema que vem do alto e é deliberado a partir do desejo de obter lucro. O capitalismo fornece tudo ao ser humano. Não precisa se preocupar com mais nada. Tudo será fornecido para o indivíduo. É o fim da consciência crítica e o fortalecimento da ideologia.

O trabalho ora apresentado pretende limitar-se à análise do cinema como indústria. É o cinema uma indústria disfarçada? É o cinema um manipulador e um difusor de ideologias? O que isso significa? Significa que analisar a produção da indústria do cinema é estar atento a uma série de outros fatores, pois não se trata de uma indústria qualquer, mas aquela que produz bens culturais, aquela que supera em expectativa o desejo de consumir coisas enquanto objetos materiais que têm um valor econômico.

A Indústria Cultural vai além, procura fornecer outros elementos como, por exemplo, os sentimentos, os sonhos, as esperanças; e causa a impressão de uma possível felicidade, enquanto acena para os seus consumidores como uma “realidade” que está “diante” de todos, basta ter a sorte para receber o “grande prêmio”.

O conceito de indústria cultural

É inegável que o mundo esteja sujeito a constantes, permanentes relações comerciais. E que estas não acontecem levando em conta a vontade do consumidor. Tais relações são provenientes de uma indústria que está interessada em vender seus produtos e não apenas isto, ao pretender desenvolver de maneira eficaz a execução de todo o seu grande planejamento, qual seja, tornar natural o ato de consumir. Um ato quase mecânico no qual não exista o questionamento, mas um gesto natural considerado o melhor a fazer por ser algo que todos fazem.

Se fosse perguntado o quanto existe de escolha, por parte do público e o quanto há de manipulação por parte da mídia, este seria um problema de difícil solução. Considera-se que é o consumidor quem, de fato, domina o comércio. O que este pede é atendido pela indústria. Está é, sem dúvida, uma visão ingênua, equivocada do processo.

O grande propósito é fazer crer que o consumidor, o indivíduo, escolhe de maneira determinante. A eficiência deste processo se realiza pela incapacidade que o indivíduo tem de avaliar e analisar as situações. Não é mais tão fácil separar fatos econômicos e ações cotidianas. A cultura contemporânea confere a todas as coisas uma incrível semelhança. Tudo se relaciona, tudo se completa, há uma

rede que unifica as coisas de tal maneira que tudo pertence à mesma realidade.

Dentro desta sutil realidade vê-se televisão, rádio, cinema, revistas, jornais abordando os mesmos temas e assuntos. A primeira impressão é que haja uma cobertura jornalística coerente, eficiente e esclarecedora, que informa e atende aos interesses do consumidor, o qual entra na lógica da informação e na diminuição de um mundo a cada dia menor. Entretanto, o mal maior não reside neste ponto, mas em transformar tornar os indivíduos em seres que absorvem, que consomem a informação sem o questionamento, com se a reflexão fosse desnecessária. Tudo está revestido de valor e o consumo é a ação natural do ser humano. Tudo que se relaciona com a indústria induz o consumidor a continuar sua ação.

Há um sistema perfeito responsável por atender os desejos de todas as pessoas. Essa sensação de estar fazendo parte de um mundo que se propõe a atender a tudo é, no mínimo, preocupante. Não apenas por não saber o que se quer de fato, mas por dizer o que é bom para todos. Em tal postura, não há uma preocupação em atender ao consumidor, mas sim, em fazê-lo consumir. Mais do que isso, é torná-lo parte deste sistema que existe por trás do mecanismo da Indústria Cultural, utilizando-se da ideologia. Esta será responsável pela união, pelo elo que uniformizará todos, como integrantes de uma mesma realidade.

Existe um mecanismo, um sistema que atua em volta dos indivíduos e que não é possível de se perceber. Isto é a ideologia, que pretende nos fazer crer que existe uma cultura que brota espontaneamente das massas, das pessoas comuns. É como se o que brota espontaneamente fizesse parte das pessoas, dos seus desejos e sentimentos,

como se não houvesse qualquer ligação com uma Indústria Cultural.

É como se a Indústria Cultural estivesse alheia a tudo que se passa no mundo. Tal indústria para Adorno (1996) não apenas adapta os seus produtos às massas, como também, determina o que deve ser consumido. Exemplo disto é o cinema. De acordo com tal pensador, este tem a capacidade de privar o ser humano do desenvolvimento de sua imaginação.

O mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural. A velha experiência do espectador do cinema, que percebe a rua como um prolongamento do filme que acabou de ver, por que este pretende ele próprio reproduzir rigorosamente o mundo da percepção cotidiana (...) a vida não deve mais tendencialmente deixar-se distinguir do filme sonoro (ADORNO, 1996, p. 118-119).

Na realidade, o interesse da Indústria Cultural nos seres humanos está limitado à força-de-trabalho. Isto é suficiente para o sucesso da indústria, cujo interesse é retirar do ser humano sua capacidade crítica diante do mundo, causando certa inércia no espírito humano. Trata-se da "... atrofia da imaginação do consumidor cultural" (ADORNO, 1996, p.119), e disfarçadamente, ao trazer diversão, a Indústria Cultural está seduzindo as pessoas.

Divertir-se é estar de acordo, sem questionar absolutamente nada. É apenas fazer parte do "divertido mundo" apresentado para ser aproveitado. Sendo esta diversão a estratégia sutil, responsável por aparentar a difusão do bem estar, sem que os indivíduos adquiram consciência acerca da existência de uma "trama" de dominação e controle social.

A teoria crítica aventa não perder de vista a noção crítica. Esta, que durante muito tempo foi a marca da ação humana na história e agora está cada vez mais diluída, sendo difícil encontrar um sentido para a manutenção desta razão crítica, responsável por propor discussões. Para a Teoria Crítica, a Indústria Cultural tem a preocupação de reduzir (ou "limitar") a subjetividade das pessoas, proporcionando a falta de reflexão, responsável pelo desencontro das pessoas com a noção de indivíduo.

O que interessa para a ideologia vigente, utilizando conceitos estatísticos e da probabilidade, é tornar a "equação" da vida muito mais simples em seu favor, fazendo com que as pessoas se sintam como parte do mesmo mundo determinado por ela. Trata-se de "aproximar" as pessoas com a intenção de torná-las um grupo homogêneo a ser atendido pela Indústria Cultural.

A partir deste momento é iniciado o processo ideologizante transformando as pessoas num imenso grupo que será "cuidado", ou melhor, atendido pela Indústria Cultural. Esta é a ocasião da perda da individualidade e do efetivo ingresso num mundo onde o indivíduo não mais será o responsável por si, mas fará parte do todo, de um imenso grupo. E a Indústria Cultural será a condutora de seu destino e de todos os seus movimentos, enquanto consumidor.

Presenteado com o progresso da tecnologia o indivíduo acredita na possibilidade da felicidade estar ao alcance coletivo, com um importante detalhe: a felicidade existe, entretanto não é possível atender a todos. O que, de certo modo, não é tão preocupante. O sistema está trabalhando para as consciências não entrarem em desespero. Mesmo não sendo para todos, a felicidade poderá ser

conquistada. É suficiente confiar na sorte e fazer parte do sistema existente.

Veremos com atenção o caso do *star system*, onde uma pessoa comum torna-se um astro e passa a compor o “mundo da felicidade”. É a ação do cinema enquanto instrumento de manipulação. Todo o sistema se empenha em promover a celebração deste *status quo*.

Quando Adorno (1996) fala pela primeira vez em Indústria Cultural, busca o significado de tal termo no âmbito do capital, quer dizer, não é possível admitir o conceito de Indústria Cultural, a não ser dentro do projeto capitalista e suas formas de organização.

Torna-se, então necessário discorrer sobre o que é indústria para compreender a categoria Indústria Cultural. Tal conceito pode ser concebido sob dois prismas.

O primeiro irá mostrar que tal conceito refere-se ao conjunto de atividades produtivas caracterizadas pela transformação de matérias-primas, manualmente ou com auxílio das máquinas e ferramentas, ou seja, no sentido de fabricar mercadorias. De uma maneira bem ampla, entende-se como indústria desde o artesanato, voltado para o alto consumo, até a moderna tecnologia.

O segundo prisma pelo qual se pode compreender tal conceito mostrará que esta nasce com a revolução industrial e mais que isso, o que caracteriza a indústria propriamente dita é a produção em massa, responsável por atingir um número cada vez maior de consumidores. Vendo por este ponto, logo se chega a compreender que a indústria está atrelada à fiel expressão do capital, cujo principal objetivo é produzir mais e mais bens de consumo (material e espiritual).

Diante da divisão dos conceitos de bens materiais e espirituais vale esclarecer: os primeiros são resultado da produção de matérias-primas existentes, acarretando, por sua vez, nos objetos a serem consumidos, os quais possuem um valor material; os segundos, são bens espirituais, de certo modo se assemelham aos bens materiais com a diferença de comporem o universo imaginário, sentimental. São as obras de arte, os artigos religiosos e políticos, formadores do espírito, da moral, enfim fazem parte da vida mais íntima.

Será partindo desta relação entre o projeto capitalista e sua melhor expressão (a indústria) que Adorno (1996) irá retornar tal conceito para mostrar o quanto, além de bens materiais, há também os bens espirituais (culturais). Ou seja, o projeto capitalista não só produz o bem (material) como induz a adquiri-lo através de propagandas, vinculados por meio de rádios, revistas, televisão e cinema.

Tal propaganda adverte Adorno (1996, p. 238): “... manipula os homens; onde ela grita liberdade ela se contradiz a si mesmo. A falsidade é inseparável dela. É a comunidade da mentira que os líderes e seus liderados se reúnem graças à propaganda”. Portanto, na sua concepção de Indústria Cultural, Adorno (1996) irá mostrar uma espécie de cultura responsável pela manipulação do ser humano, tanto em pensamento, como em ação.

Deve-se entender este conceito de cultura como aquilo que é proveniente da atividade humana em seu aspecto artístico, religioso, político, entre outros. Neste contexto, existe uma indústria produtora de cultura e organizada por uma pequena elite deliberadora, a partir de seus interesses e do destino dos consumidores.

“O que não se diz é que o terreno no qual a técnica conquista o seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade. A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação” (ADORNO, 1996, p. 114).

Como se nota acima a cultura é expressão religiosa, artística e política, pois como consequência influenciará a economia. Ciente disto, a Indústria Cultural irá forjar e difundir os valores regentes da sociedade capitalista. Pode-se considerar que até os anos de 1960 o sistema capitalista não apenas esboçou como também desenvolveu toda a sua proposta de uma indústria, responsável por criar e disseminar valores, denominada de Indústria Cultural.

Esta conclusão é posta primeiramente por Adorno (1996) em sua análise do século XX, com seus valores, sua concepção de arte e principalmente, a respeito da demarcação entre o entretenimento, destinado a ocupar o tempo ocioso do operário e o seu retorno ao trabalho.

A obra de Adorno é um ponto de partida para reflexões críticas de todas as grandes realizações da cultura enquanto produto da indústria. Como o cinema, televisão, música, rádio, revista, ou seja, todo um sistema voltado para a manipulação das consciências (FREITAG, 1986). Com este mecanismo as pessoas perdem sua capacidade crítica, pior, perdem sua individualidade. O que significa perder sua capacidade de auto-reflexão diante do mundo.

Reforçando este pensamento, Xavier (1978) apresenta uma reflexão sobre o nascimento da indústria cinematográfica mostrando que a implantação do chamado *star system*, em 1910, foi quem definiu o modelo de tal segmento

industrial em Hollywood. Modelo este definido progressivamente nas décadas posteriores.

Mas, não se pode esquecer também que a obra de Adorno possui uma raiz em seu tempo. Isso é claro por meio da leitura da seguinte expressão: “... em nossa época...” (ADORNO, 1996, p. 115). Desta maneira é demonstrada, com evidência, a preocupação adorniana com o crescimento e mais, com as consequências dos produtos da Indústria Cultural, constituídos, ao mesmo tempo, como produtos e veículos da ideologia do sistema. Dentre estes, o cinema seria o mais importante no sentido de conseguir com mais eficiência veicular os princípios pretendidos pela Indústria Cultural, ou seja, os princípios do sistema capitalista.

O capitalismo, através dos produtos culturais, irá criar um comportamento paradoxal no ser humano: Ao mesmo tempo em que, por meio dos meios de comunicação de massa, desenvolve certa unidade no mundo, por outro lado, por outro lado, o sistema provoca nos seres humanos o isolamento de suas próprias vontades e desejos. Isso deve-se ao fato que todos acabam por possuir os mesmos sentimentos e pensamentos dos astros (ADORNO, 1996).

O ser humano deixa de ser uma pessoa crítica, é incapaz de apresentar o seu ponto de vista acerca das coisas. Não desenvolve suas próprias opiniões, é um indivíduo que não reflete criticamente. Ser crítico é demonstrar-se com habilidade para desempenhar a própria individualidade. E é justamente este o comportamento paradoxal criado pela Indústria Cultural. A sociedade é um todo, mas um todo “vazio”.

A este respeito salientará o filósofo:

A afirmação de que o meio de comunicação isola, não vale apenas

no domínio cultural, não é apenas a linguagem mentirosa do locutor de rádio que se sedimenta no cérebro das pessoas como uma imagem, imagem esta que impede as pessoas de falarem umas com as outras, de se mostrarem e exprimirem suas idéias (...) não apenas o modelo espectral do cinema se projeta sobre o braço dos adolescentes e mesmo sobre o adultério. O progresso separa literalmente as pessoas (ADORNO, 1996, p.206).

A teoria adorniana trata a respeito de uma indústria que produz cultura, ou seja, pensamentos, sentimentos, enfim, bens espirituais, que procuram “ocupar os sentidos dos homens da saída da fábrica à noite, até a chegada ao relógio de ponto, na manhã seguinte” (ADORNO, 1996, p.212).

Através da Indústria Cultural, o capitalismo, salienta Adorno (1996), procurará prender o homem não apenas se utilizando dos bens de consumo, realizando os seus desejos materiais, mas também, por meio dos bens espirituais, dos sentimentos, dos pensamentos, ou seja, da alma. O capitalismo prende o ser humano em corpo e alma. O homem perde sua capacidade imaginativa:

O filme não deixa mais à fantasia e ao pensamento dos espectadores nenhuma dimensão na qual estes possam, sem perder o fio, passear e divagar no quadro da obra fílmica (...) o filme adentra o espectador entregue a ele para se identificar imediatamente com a realidade (ADORNO, 1996, p. 119).

Em uma época onde a força do comunismo soviético colocava sob discussão os valores mais essenciais da indústria capitalista, para combater tal ameaça, o capitalismo investe grande parte do poder do capital na Indústria Cultural, esta procurando consolidar e

tornar evidente todos os princípios reguladores de tal modelo econômico. Mas o que significa tal indústria senão, em última análise, a busca de uma identificação entre os seres humanos, ou seja, o que o sugestivo e ambíguo conceito Indústria Cultural quer mostrar, senão todos partilharem o mesmo sentimento?

Com isto, produz-se uma identidade entre o particular e o universal, entre as diferenças e a unidade e é esta característica da Indústria Cultural que mais preocupa Adorno, pois é por meio desta identificação com o todo que o capitalismo consegue legitimar o “lixo” produzido pela Indústria Cultural. “Lixo” este, unificador da diferença para com a identidade, que é altamente alienante para o consumidor, pois isola o ser humano.

Neste ponto, por mais que não se queira estar consciente, Adorno (1996) põe em questão um problema genuinamente filosófico presente na história do conhecimento desde os seus primórdios. Este problema diz respeito à alienação, à busca da identidade e ao desprezo pelas singularidades.

Talvez não seja novo, mas não significa incoerência dizer que o conhecido pensamento de Protágoras “o homem é a medida das coisas”, um dos pilares da cultura ocidental, mostre a necessidade de preservação das singularidades e não mereça desaparecer em detrimento de uma unidade.

Isto não é alvo principal da Indústria Cultural, que visa padronizar pensamentos e sentimentos. Partindo deste caráter modelador da Indústria Cultural, Adorno (1996, p.122) diz: “cada manifestação da Indústria Cultural reproduz as pessoas tais como as modelou a indústria em seu todo”.

Ou seja, a Indústria Cultural produz pessoas simultaneamente à produção da cultura. Pois o que parece fragmentado como as diversas manifestações culturais une-se pelos seus objetivos, que são os de alienar pessoas, à medida da sua (re)produção.

Em seu texto “A Indústria Cultural” (1996), Adorno utiliza o conceito de Indústria Cultural em substituição ao de cultura de massa, pois esta induz ao engodo e satisfaz os interesses dos detentores dos veículos de comunicação de massa. Os defensores da expressão “cultura de massa” querem dar a entender a ideia de uma cultura surgindo espontaneamente das próprias massas, sem qualquer interesse ou ideologia agindo por trás de tal manifestação cultural.

Em suas reflexões a respeito da cultura como produto de uma ideologia que quer incrementar seus valores, Adorno (1996) busca analisar a atualidade da arte e sua relação com a indústria do entretenimento, ou seja, com a Indústria Cultural. Está a serviço de uma minoria que não tem muita preocupação em atender ao público consumidor, mas visa estabelecer-se enquanto ideologia e sedimentar seu poder.

O cinema: história e consolidação

Para falar de cinema é necessário não apenas fazer referência ao seu histórico propriamente, mas também à sua etimologia. Cinema vem do francês *cinématographe*, palavra de 1895. Proveniente do grego *Kinema*, que significa movimento. O verbo de origem grega *gráphein* quer dizer descrever. Esta palavra transformou-se em outra de origem latina: *graphus* = *graphe* (ENCICLOPÉDIA DO CINEMA, 1975).

O cinematógrafo foi criado na França, em 1885, pelos irmãos Louis e August

Lumière, tratando-se de um aparelho desenvolvido a tal ponto de ser, na atualidade, o principal responsável pela chamada Indústria Cultural.

Em Zenão de Eléia já existia a preocupação com o movimento. Este foi um tema que atravessou os séculos por meio da realização de diversos estudos e experiências deixando vários indícios, tanto históricos quanto arqueológicos, inerente à preocupação do ser humano com o movimento. Houve um primeiro momento no qual o ser humano se limitava a imitar, reproduzir ou representar por meio de pintura ou desenhos, aspectos da natureza ou da vida humana.

Neste momento, não apenas o movimento fazia parte das inquietações intelectuais ou artísticas da época, como também, suas representações eram as manifestações de suas ações registradas no cotidiano. A comunicação era um aspecto importante e um meio para o ser humano registrar sua história.

Inventariando o surgimento das ações humanas voltadas para a representação do mundo histórico é possível considerar que a vontade do ser humano em registrar sua passagem pela vida é muito antiga. Esta é intrínseca à sua atuação nas mais diversas áreas do conhecimento. Arte, política, economia e religião foram responsáveis por formar a base do ser humano sendo sempre preocupações pertinentes à sua existência. Trata-se de capacidade de criar e transformar as coisas.

Exemplo disso é o jogo das sombras chinesas (*yen shi*), uma das remotas manifestações precursoras do cinema, surgido cinco mil anos a.C., que consiste na projeção sobre paredes ou telas de objetos, animações de seres humanos. Com o nome de *wayang* este tipo de espetáculo foi bastante

difundido pela Ásia, possuindo um caráter religioso. Após cruzar a Ásia e o mundo islâmico por volta de 1600 a.C., o teatro de sombras alcança a Europa.

Também, pode-se exemplificar o desenvolvimento da realidade cinematográfica por meio da invenção da câmara escura, instrumento básico da ciência óptica, surgido no século XVI. Posteriormente, foi descoberta a lanterna mágica, uma derivação da câmara escura. Importante é notar a transformação neste momento: enquanto a câmara escura trabalhava no aperfeiçoamento do desenho mostrado dentro da mesma, a lanterna mágica realizava um processo inverso. Sua preocupação era a de projetar para os outros a imagem daquilo que, anteriormente, apenas uma pessoa podia enxergar.

Com o passar do tempo continua o mesmo desejo de desenvolver técnicas que registrem a passagem dos seres humanos na história. Desde os pintores das cavernas de Altamira (HISTÓRIA DA ARTE, 1995) até os modernos fotógrafos ou cineastas. Destarte, estas remotas manifestações foram superadas e o cinema veio ser além de uma mera promessa de divertimento popular.

O surgimento da fotografia no início do século XIX é um grande passo nesta direção. Esta máquina registrava um momento de ação. Em 1822 Joseph Nicéphore Niépce fixa em uma chapa de metal a 1ª imagem fotográfica da história. L. J. Daguerre, mais tarde, aperfeiçoou a maneira de se fixar a imagem e principalmente, reduzir o tempo para se obter uma fotografia.

Em 1887 Thomas Alva Edison trabalhou na construção de um aparelho combinando som e movimento. Era um primeiro passo no sentido de contar histórias. Não apenas isso, era o

aparecimento de pesquisas e de um mercado de trabalho que não pararia mais de crescer.

Amparado por todo um desenvolvimento técnico, o ser humano desejava ir além, pretendia utilizar outros elementos: luz, movimento, enfim, uma infinidade de componentes.

A ciência e a estética voltam suas atenções para este novo aparelho. Desta forma, literatura, teatro, música, pintura e outras formas de expressão humana passam a fazer parte de uma coisa só. Todos estes aspectos passam a compor o cinema. Contudo, mesmo fazendo uso de todos estes componentes, o cinema possui sua própria linguagem e características estéticas.

Pode-se dizer que o cinema é um conjunto de técnicas que permitem a reprodução imagética através da projeção de luz no fotograma, este capaz de registrar o movimento natural. Os elementos utilizados e necessários para essa realização eram: projetor, câmera e filme.

Os irmãos Lumière, industriais franceses, passam a trabalhar no cinetoscópio de Thomas Edison. Pretendiam que o aparelho projetasse e filmasse simultaneamente. Em treze de fevereiro de 1895 patentearam sua invenção, destinada à obtenção e verificação de experiências cromofotográficas e em vinte e dois de março de 1895 aconteceu a primeira exibição do filme *Sorties des usines Lumière a Lyon*¹ (ENCICLOPÉDIA DO CINEMA, 1975).

No século XX passou a existir uma forte competitividade entre as pessoas envolvidas neste processo (os produtores) devido à perspectiva de negócios, aguçando a todos.

Na Europa os filmes começavam a aumentar o seu tempo de duração e cada

vez mais atraíam espectadores proporcionando, entre os anos de 1907 e 1908, um desenvolvimento em qualidade e quantidade, desde técnicos, salas de projeção, a materiais utilizados para a produção dos filmes. Enfim, um crescimento em larga escala do negócio atrelado a uma promessa de lucros fantásticos.

As cidades de Nova York e Chicago, nos estados Unidos, eram locais onde residiam os produtores cinematográficos. Na primeira década do século XX, no entanto, nestas cidades o clima frio e com pouco sol era bastante desfavorável para a indústria do cinema, pois a luz natural era a grande fonte de iluminação para os filmes. Certamente, realizar as filmagens nestas cidades não fazia parte dos planos dos produtores.

O Estado da Califórnia, também nos Estados Unidos, parecia ser a saída para este problema. Em Los Angeles, sua capital, fazia sol durante o ano todo, por este motivo passou a sediar o *star system*.

No primeiro momento, os produtores hesitavam em fazer o que viria a ser uma das maiores de todas as jogadas para o crescimento da Indústria Cultural: a publicidade. Havia mistério em torno dos astros e estrelas do início do século XX. Os próprios produtores se preocupavam em manter o sigilo acerca da vida privada de seus principais atores e atrizes até os preservaram.

Em 1910, Florence Lawrence, estrela de um estúdio da época é contratada por outro, provocando o começo da publicidade no cinema. Os produtores percebem, então, o grande negócio que é expor seus astros e estrelas e passam a promovê-los, tendo a receptividade do público. A experiência positiva leva a

indústria do cinema a estruturar o *star system*, tendo revistas como *Photoplay* e *Cinearte* como exemplos.

Os anos 20 do século XX consolidaram a indústria do cinema nos Estados Unidos e os exibidores e os distribuidores uniram-se em conglomerados autônomos. O pós-guerra transformou o gosto do público, levando a Indústria Cultural a procurar adequar-se e apresentar cada vez mais opções de lazer.

A partir dos anos de 1950 a indústria de bens materiais já estava desenvolvida o bastante para fornecer aos ávidos negociantes aparelhos que satisfaziam o desejo dos consumidores. Surgem os carros, rádios, televisores e discos, além é claro, do cinema, objeto estimado da sociedade estadunidense e novo produto da “civilização ocidental”.

O cinema, como novo produto da indústria, precisava ser vendido, fazendo o público sentir vontade ou necessidade de consumir. Para tanto, foram desenvolvidos mecanismos facilitadores das partes envolvidas: público e produtos.

Contudo, os produtos não eram criados visando exatamente atender aos consumidores, mas sim, desenvolver o máximo possível a indústria emergente de consumo de bens espirituais sendo os mais recentes consumidores aqueles que se identificavam com os astros e estrelas, a beleza e demais valores da sociedade de consumo em formação.

Havia toda uma estrutura por traz dos produtos, voltada para induzir as pessoas a desejarem os tais bens espirituais. A ação é de tal maneira eficiente que o consumidor não se dá conta de estar perdendo sua capacidade crítica, tal a sutileza do projeto da Indústria Cultural.

Considerações finais

A tradição deixada pelo pensador alemão Theodor W. Adorno contribuiu para as discussões sobre cinema e arte, uma vez que foi este autor um dos mais preocupados em debater tal tema. Assim, as reflexões da chamada “Escola de Frankfurt” tiveram o cinema como pauta de sua produção filosófica, identificando os valores criados por este e, mais importante, compreendendo como e de que maneira pode-se falar de cinema.

O cinema, por ser um objeto que resulta da criação humana, traz em si uma sinonímia com o conceito de arte, ou seja, está fundamentado em sentimentos e carregado de componentes do imaginário humano.

Mesmo tendo ciência de que o cinema é o maior representante da chamada Indústria Cultural não se pode deixar de considerar a possibilidade de reflexão que este provoca por meio dos filmes, realizando um movimento dentro da consciência dos espectadores. Todavia, afirma Adorno (1996, p. 114), “o cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade é que não passam de um negócio”.

O Cinema, como produto da Indústria Cultural, tem a função de ocupar o espaço de lazer do consumidor depois de um dia longo de trabalho, a fim de recompor suas forças para voltar a trabalhar no dia seguinte, sem permitir-lhe refletir sobre o contexto por ele vivenciado no dia-a-dia.

A intenção de Adorno (1996) não foi colocar sob suspeita se existe ou não arte na produção cinematográfica e sim, deixar claro que o filme é uma mercadoria, produto de uma indústria capitalista disseminando sentimentos e

comportamentos, divertindo e alienando.

O aparecimento do cinema causou não apenas deslumbramento, mas também espanto e depois de alguns anos encontrou seu espaço no imaginário social. Adorno (1996) vê na origem desta arte uma conspiração capitalista, cujo intuito é promover a alienação do ser humano, a perda da capacidade crítica diante do mundo em prol do estabelecimento dos princípios do sistema.

Adorno (1996) substitui o conceito de “cultura de massa” pelo de Indústria Cultural com o objetivo de deixar claro que a idéia do surgimento espontâneo de uma cultura proveniente das massas é um sofisma, pois a relação é diretamente inversa. O capitalismo, através dos meios de comunicação, cria valores que se enraízam tão profundamente nas massas, prevalecendo a impressão da arte brotar delas, quando na verdade é incutida no conjunto populacional. Neste sentido, o cinema seria o mais eficiente dos meios de comunicação massivos.

Referências

- ADORNO, T. **A Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1996.
- COHN, G. **Adorno**. São Paulo: Ática, 1983.
- ENCLOPÉDIA DE CINEMA**. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1975.
- FREITAG, B. **A Teoria Crítica: ontem e hoje**. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1986.
- XAVIER, Ismail. **A Sétima Arte: um culto moderno**. São Paulo: perspectiva, 1978.

Recebido em 2014-07-29
Publicado em 2014-12-10