



Indivíduo na Indústria Cultural¹

Suelen Miyuki Alves GUEDES²

Adriana PINTO, Antonio SILVA, Bruna FREITAS, Kassya ALVES

Rômulo BAÍA, Weverton RAIOL³

Célia Regina Trindade Chagas AMORIM⁴

Lívia Lopes BARBOSA⁵

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

Com base nos estudos da Teoria Crítica da Sociedade foi construída uma *charge* animada, que tem como foco o indivíduo no contexto da Indústria Cultural. Adorno e Horkheimer, estudiosos dessa teoria caracterizam o sistema capitalista e o projeto iluminista como os responsáveis pela “Crise da Razão” dos indivíduos, por meio da supressão da razão crítica, emancipatória, em detrimento da razão instrumental, técnica. Nesse sentido, o vídeo “Indivíduo na Indústria Cultural”, ao utilizar a linguagem da *charge*, tem como objetivo possibilitar uma reflexão de maneira didática e irreverente da teoria, a fim de torná-la mais acessível a uma geração de alunos oriundos da sociedade imagética atual.

PALAVRAS-CHAVE: Teoria Crítica; Indústria Cultural; *Charge* Animada.

INTRODUÇÃO

Como transformar o que se aprende na sala de aula em uma realidade mais próxima dos alunos? Foi a partir desse questionamento que alunos do curso de graduação em Comunicação Social, da Universidade Federal do Pará (UFPA), procuraram formas criativas para aliar teoria à prática. Dessa maneira, construíram uma *charge* animada no segundo semestre de 2010.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Charge / caricatura / ilustração.

² Aluna líder do grupo e estudante do 3º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará (UFPA). Email: suelen_miyuki@hotmail.com.

³ Co-autores e estudantes do 3º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará. Emails, respectivamente: adrianapinto@live.com, tonhomacedo@hotmail.com, brufirts@hotmail.com, kassya_dk@hotmail.com, romulo_baia@hotmail.com, wevertonraiol@hotmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho: Professora Doutora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará. Email: celia.trindade.amorim@gmail.com.

⁵ Co-orientadora do trabalho: Professora Doutora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará. Email: liviabarbosa.com@gmail.com.



Produzido na disciplina “Teorias da Comunicação”, ministrada pela professora Doutora Célia Trindade Amorim, o vídeo intitulado “Indivíduo na Indústria Cultural” tem um caráter experimental e aplica as concepções da Teoria Crítica e a visão dos teóricos de Frankfurt nas questões culturais da atualidade. O produto audiovisual traz temáticas que fazem parte da vida das pessoas, tais como música, programas de televisão e cinema.

O vídeo utiliza a linguagem da *charge*, que significa, de acordo com Fonseca, uma representação gráfica em que “se satiriza um fato específico, tal como uma idéia, um acontecimento, situação ou pessoa, em geral de caráter político, que seja do conhecimento público” (1999, p.26). A *charge* revela também uma opinião sobre um determinado assunto. Sob este aspecto, o vídeo apresenta, com ironia e crítica, o homem imerso na sociedade, controlado pela razão instrumental. Esta, nas palavras de Bruno Pucci, está ligada ao

[...] processo técnico, na operação, no saber aplicado. Reifica-se; coisifica-se. Eliminando toda dubiedade do pensar através de sua unidimensionalidade, ela se torna a ferramenta das ferramentas a serviço da produção material, da exploração do trabalho, dos trabalhadores. Seu objetivo é a reprodução ampliada do capital. O velho sonho de usar da ciência para explorar racionalmente a natureza a serviço da humanidade continua sendo um sonho. Os homens devem aprender a dominar completamente a natureza e através dela dominar os homens (PUCCI, 2007, p.24).

Para maior aproximação do público com a temática da Teoria Crítica da Sociedade, além da *charge*, explorou-se também o universo dos *games*, pois esses jogos fazem parte do repertório da maioria dos jovens que

[...] trabalham com a necessidade de superar desafios e têm importantes componentes necessários ao aprendizado. Como exige uma concentração prazerosa das atenções que acaba gerando uma imersão no contexto proposto, a partir deste paradigma, o game pode ser aplicado em vários processos comunicacionais (SILVEIRA, 2009, p. 05).

OBJETIVO

A charge animada “Indivíduo na Indústria Cultural” tem como objetivo explicar de maneira didática e irreverente as principais idéias da Teoria Crítica da Sociedade. Nesse sentido, o objetivo não só é facilitar a compreensão, como também trazer a teoria para perto das pessoas ao aplicá-la em algo vivenciado por elas ou pelo menos presenciado. Além



disso, esse trabalho propõe a reflexão sobre a Indústria Cultural, o comportamento do indivíduo e as formas de controle e dominação na sociedade.

JUSTIFICATIVA

A Teoria Crítica é um campo de estudo que tem sua importância na sociedade. Seus estudiosos caracterizam o sistema capitalista e o projeto iluminista como os responsáveis pela “Crise da Razão” dos indivíduos pela supressão da razão crítica, emancipatória, em detrimento da razão instrumental, técnica. Horkheimer e Adorno (1985) ilustram muito bem tal perspectiva quando afirmam que

[...] O contraste técnico entre poucos centros de produção e uma recepção dispersa condicionaria a organização e o planejamento pela direção. Os padrões teriam resultado originariamente das necessidades dos consumidores: eis por que são aceitos sem resistência. De fato, o que o explica é o círculo da manipulação e da necessidade retroativa, no qual a unidade do sistema se torna cada vez mais coesa. O que não se diz é que o terreno no qual a técnica conquista 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. Ela é o caráter compulsivo da sociedade alienada de si mesma (HORKHEIMER & ADORNO, 1985, p.114).

Nesse sentido, a abordagem do tema através da *charge* é relevante pelo fato de que a linguagem é irônica e repleta de humor, o que torna o vídeo atrativo, despertando o interesse das pessoas. E mais: a *charge* é caracterizada pela crítica à indústria cultural, que massifica e manipula os indivíduos visando a dominação.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

No início da produção do trabalho foi necessário conhecer o nosso objeto de estudo, a Teoria Crítica. Os sete alunos integrantes da equipe fizeram suas pesquisas e conclusões sobre o assunto, a fim de entender os conceitos dos autores frankfurtianos e encontrar as melhores formas de aplicação em um produto audiovisual. Todo material pesquisado foi estudado e discutido em equipe, durante diversas reuniões, gerando debates, troca de opiniões e reflexão sobre a teoria em questão. Essas reuniões possibilitaram uma construção coletiva da abordagem do tema, assim como metodologia e linguagem. Surgiu então, a idéia

de elaborar uma *charge* animada com a técnica *stop motion* (em sua tradução para língua portuguesa “movimento parado”), utilizando referências imagéticas e sonoras de um *game*. Essa técnica de edição audiovisual é bastante utilizada e consiste na utilização sequencial de fotografias ou imagens paradas diferentes. Cada imagem parada é um quadro e a sucessão de quadros dá a impressão de movimento aos objetos contidos na imagem.

A criação de todas as cenas, ilustrações e personagens foram feitas por integrantes da equipe, em *softwares* de edição gráfica, principalmente, no *Corel Draw X3*, com o auxílio do *Adobe Photoshop CS3* no recorte de algumas imagens: as logomarcas utilizadas para identificar as bombas do vídeo. Depois de prontos, os arquivos criados foram exportados em *.jpeg*, um dos formatos compatíveis com o programa de edição *Windows Movie Maker*, e depois de sequenciar todas as cenas, a trilha sonora foi incluída, finalizando a *charge* animada “Indivíduo na Indústria Cultural”.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O “Indivíduo na Indústria Cultural” é um vídeo experimental, que se apropria do formato de *charge* animada para desenvolver a Teoria Crítica e mostrar o indivíduo no contexto da Indústria Cultural. Afinal,

[...] as charges animadas, [...] com o mesmo fundamento da charge estática, renovam os traços tradicionais e apresentam novos elementos na sua composição, como cores, animação e sons, capazes de acrescentar e trazer ângulos diferentes de exposição dos fatos e interpretação por meio das expressões faciais, da voz, enfim, de todos os recursos computacionais (VASCONCELOS, 2010).

A *charge* “Indivíduo na Indústria Cultural” simula um jogo de *videogame* que apresenta uma determinada missão. O indivíduo tem que cumpri-la para conseguir avançar de uma fase à outra e ganhar o jogo. Cada fase representa uma escolha que o personagem tem que fazer, de acordo com seus gostos e preferências, para formar sua identidade cultural. Essa escolha, porém, feita em cada etapa é apenas uma ilusão da liberdade do indivíduo, pois segundo Horkheimer e Adorno, o que predomina é a pseudo-individualidade.

Na indústria, o indivíduo é ilusório não apenas por causa da padronização do modo de produção. Ele só é tolerado na medida em que sua identidade incondicional com o universal está fora de questão. Da improvisação padronizada do jazz até os tipos originais do cinema, que têm de deixar a franja cair sobre os olhos para serem reconhecidos como tais, o que domina é a pseudo-individualidade. (HORKHEIMER & ADORNO, 1985, p.144).

O vídeo mostra que mesmo quando o indivíduo seleciona algo, ele está restrito às opções que a Indústria Cultural oferece e ainda “os produtos mecanicamente diferenciados acabam por se revelar sempre como a mesma coisa” (HORKHEIMER & ADORNO, 1985, p.116).

O jogo é dividido em três fases, em que se deve “escolher”, dentre as opções disponibilizadas pela Indústria Cultural, o produto que mais agrada, e uma missão final, sendo elas:

- 1ª fase: o indivíduo tem que escolher, dentre três opções de *reality* show, a que mais o agrada. Ele seleciona o programa “A fazenda” e, com isso, absorve uma característica da atração televisiva, nesse caso, um chapéu de fazendeiro.

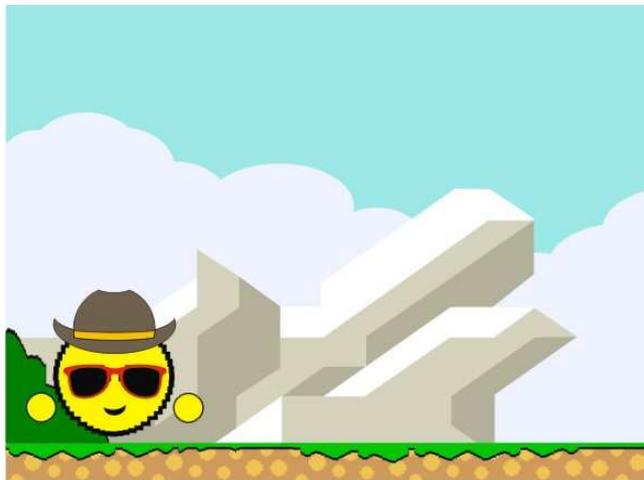


Ilustração 1 – Cena que sucede à escolha do *reality* show “A Fazenda”.

- 2ª fase: o indivíduo precisa escolher a sua banda de música preferida. Ao selecionar o grupo “Restart”, ele adquire um cabelo semelhante ao dos músicos e ainda ganha

várias cores no corpo, fazendo alusão ao fato de a banda usar e ser reconhecida por suas roupas coloridas.



Ilustração 2 – Cena que sucede à escolha da banda “Restart”.

- 3ª fase: o indivíduo tem que selecionar o filme que ele mais gosta. Ao escolher “Crepúsculo”, o indivíduo ganha dentes de vampiro e brilho em volta do corpo, como na produção cinematográfica, em que os vampiros brilham ao entrarem em contato com o sol.



Ilustração 3 – Cena que sucede à escolha do filme “Crepúsculo”.

- Missão final: nessa fase, o indivíduo ganha o auxílio dos frankfurtianos Adorno e Horkheimer. A característica dessa missão é diferente das demais, pois o indivíduo não mais terá que escolher, mas enfrentar, junto com a Teoria Crítica, um novo desafio: ultrapassar obstáculos impostos pela razão instrumental e encontrar uma tomada para acender a lâmpada da razão emancipatória e, assim, ganhar o jogo.

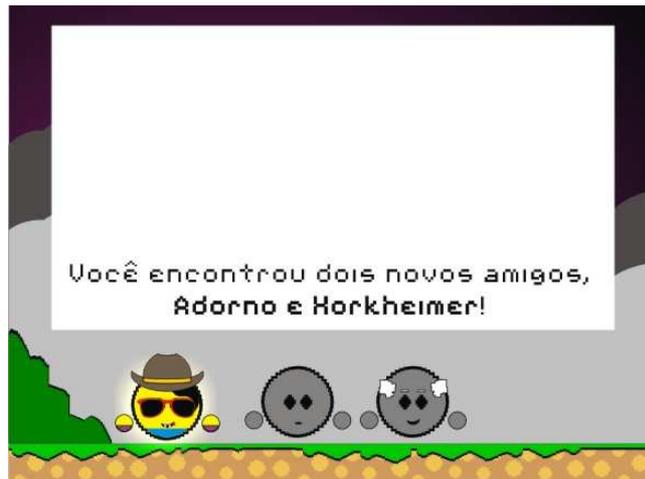


Ilustração 4 – Cena que mostra o encontro do Indivíduo com Adorno e Horkheimer.

Após o encontro com Horkheimer e Adorno, o indivíduo tem a sua razão instrumental retirada. Essa razão é representada por óculos, tentando deixar o mais explícito possível, até mesmo no texto, que esses óculos condicionam a visão do indivíduo na sociedade atual. Dessa forma, Horkheimer e Adorno, no jogo, afirmam que a única forma de vencer a Indústria Cultural é abandonar os óculos e acender a lâmpada da razão emancipatória, outro objeto utilizado para conotar a idéia iluminista de libertação e esclarecimento, que seria, basicamente, a capacidade do indivíduo de pensar por si só, sem a direção de terceiros.

Apesar de tudo, e mesmo que a interação de quem assiste ao vídeo chegue ao ponto de torcer pela vitória do indivíduo, ele não consegue vencer o jogo. Esta interação reforça ainda mais a idéia de que “as cartas estão marcadas”, que até mesmo as insatisfações com o monopólio da Indústria Cultural fazem parte do “jogo”. Por isso, no final da *charge*, mostra-se que o jogo é controlado pela “Indústria Cultural”. Tudo não passa de uma grande

manipulação, assim “o estouro dos conflitos é preestabelecido e todos os conflitos são meras imitações. [...] o indivíduo é apenas um fantoche manipulado pelas normas sociais” (ADORNO apud WOLF, 2005). No final do vídeo, o jogo é reiniciado para dar a idéia de que é um ciclo vicioso, ou seja, tudo vai acontecer novamente e o indivíduo nunca vai ganhar o jogo.

CONSIDERAÇÕES

Fazer parte da construção do vídeo “Indivíduo na Indústria Cultural” foi uma tarefa árdua e desafiadora, pelo fato de que a proposta de fazer um trabalho didático e irreverente sobre a Teoria Crítica da Sociedade não é fácil. E por causa disso, tornou-se ainda mais gratificante a sua criação. Além do mais, como se costuma dizer, “foi um trabalho em equipe e de equipe”. O estudo estimulou a reflexão dos alunos e proporcionou uma nova perspectiva acerca dos temas abordados no vídeo. Mesmo a Teoria Crítica ser considerada, por alguns estudiosos, como uma teoria “ultrapassada”, não se pode negar sua contribuição, nem de nenhuma outra. São diferentes percepções da realidade.

Em um grupo composto em sua totalidade por estudantes de Publicidade e Propaganda, concentrar o esforço em uma boa idéia que consiga ser a síntese de um conjunto de necessidades, não deixa de ser uma situação comum. Mas o que move o trabalho criativo é exatamente esse momento, o nascimento de um conceito. A construção coletiva é o que faz tudo valer a pena, essa é a essência de um bom trabalho. Eugênio Mohallem (1997) expressa isso perfeitamente em um trecho do seu Manual do Estagiário, com a frase que foi adotada como lema do grupo. "Todo job é osso, chato, difícil e complicado - até você ter uma boa idéia. Aí ele fica legal".

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FONSECA, J. **Caricatura:** a imagem gráfica do humor. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1999.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO; Theodor W. **Dialética do Esclarecimento:** fragmentos filosóficos; tradução, Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Ed., 1985.



MOHALLEM, Eugênio. **Manual do Estagiário**. 1997. Disponível em: <http://ccsp.com.br/manualdeestagiario/manual_ver.php> Acesso em 29 abr. 2011.

PUCCI, Bruno (Org.). **Teoria Crítica e Educação: A questão da formação cultural na Escola de Frankfurt**. 4ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998; São Carlos, SP: EDUFSCAR, 2007.

SILVEIRA In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1037-1.pdf> > Acesso em 29 abr. 2011.

VASCONCELOS, Dennise Cunha de. **As narrativas multimidiáticas das charges animadas**. In: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, 2010. Disponível em: <<http://www.cchla.ufpb.br/ppgc/smartgc/uploads/arquivos/62d4e40d1120101009063113.pdf>> Acesso em 29 abr. 2011.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.