

A crítica ao cinema a partir do conceito de Indústria Cultural

Criticism of cinema from the concept of Cultural Industry

Angélica Antonechen Colombo¹

Resumo

O presente artigo tem como objetivo discutir o cinema como obra de arte, mas também como bem cultural e mercadoria apropriada pela Indústria Cultural, e o seu papel como fator essencial das variações estéticas, perceptivas e cognitivas, tendo como base as teorias de Theodor Adorno. A metodologia utilizada considera a posição deste filósofo em relação ao cinema, a partir de seu advento, analisando suas características, seus elementos, os efeitos provocados nos espectadores, o papel da indústria na evolução do cinema e sua relação com a ideologia da indústria cultural, as mudanças que o cinema trouxe às teorias de arte e à sociedade. Declara-se ainda que o artigo é produto de uma pesquisa em andamento, por isso o seu teor introdutório.

Palavras-chaves: Cinema. Percepção. Cognição. Sociedade.

Abstract

This article aims to discuss the film as a work of art, but also as a cultural and appropriate merchandise for Cultural Industry, and its role as an essential factor of aesthetic, perceptual and cognitive changes, based on the theories of Theodor Adorno. The methodology considers the position of this philosopher in relation to cinema, from its advent, analyzing its characteristics, its elements, the effects of the spectators, the role of industry in the evolution of cinema and its relation to the ideology of the culture industry, the changes that the cinema brought to the theories of art and society. It also states that the article is the product of an ongoing research, so your introductory content.

keywords: Cinema. Perception. Cognition. Society.

¹ Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Filosofia da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - UNESP. Doutoranda em Educação para Ciência e Matemática na Universidade Estadual de Maringá - UEM. E-mail: angelica.a.colombo@gmail.com

Este artigo pretende analisar o cinema a partir do conceito de indústria cultural, mas para que isso se faça, são necessários, para começar, colocar as seguintes questões: quando, como e por que surgiu o conceito de indústria cultural? Qual é o significado de indústria cultural? E a crítica ao cinema a partir do conceito de indústria cultural.¹

E, mesmo, investigar as proposições de Theodor Adorno quanto ao Cinema produto da Indústria Cultural x Cinema como arte (potencialidades expressivas).

Em uma série de respostas epistolares aos ensaios de Benjamin, o teórico crítico da Escola de Frankfurt, Theodor Adorno, acusou-o de um utopismo tecnológico que a um só tempo fetichizava a técnica e ignorava o seu alienante funcionamento social na realidade. Adorno foi bastante cético com respeito às afirmações de Benjamin sobre as possibilidades emancipatórias dos novos meios e formas culturais. A celebração benjaminiana do cinema como veículo para a consciência revolucionária, para Adorno, ingenuamente idealizava a classe trabalhadora e suas aspirações pretensamente revolucionárias. Adorno preocupava-se com os efeitos dos que os teóricos frankfurtianos denominaram como ‘indústria cultural’, na qual identificaram um enorme potencial para a alienação e a comodificação. (STAM, 2003, p. 86).

Walter Benjamin e Theodor Adorno fizeram uma análise importante do cinema, principalmente por ser um novo meio de comunicação para as massas. Porém, o que os diferencia são suas atitudes em relação a esta arte. Enquanto Benjamin possuía uma visão otimista do cinema, Adorno o pensou por contraste com a chamada grande arte, a arte erudita, ou seja, para o autor a arte deveria proporcionar reflexão, assim como a erudita, e só dessa forma que o cinema seria considerado arte para ele. Este último recorreu a um fetiche, referindo-se à morte da arte nas sociedades capitalistas, ao converter a própria cultura em mercadoria. Em sua concepção, as estruturas materiais da troca de mercadorias é em primeiro lugar a própria ideologia.

No início do século XX o fenômeno da indústria cultural, cuja técnica como força produtiva mascarou-se em técnica artística, desvelou o poder alienante e consumista no interior da civilização democrática e ocidental, revelando os elementos que constituíam a identidade essencial da arte no período entre Guerras. O conceito de indústria cultural foi usado pela primeira vez na obra *Dialética do Esclarecimento – fragmentos filosóficos*; escrita por Adorno e Horkheimer por volta de 1944, quando eles estavam exilados com o Instituto de Pesquisas Sociais de Frankfurt na Califórnia, Estados Unidos, mas publicado apenas em 1947, em Amsterdam.

A expressão “indústria cultural” veio para substituir o termo “cultura de massas” empregado ainda nos esboços da redação da *Dialética*. Esta substituição foi necessária, pois os autores acreditavam que o termo cultura que nasce especificamente das massas seria facilmente entendido como “arte popular”, o que leva o verdadeiro sentido da crítica para outro rumo, que se diferencia completamente do termo indústria cultural. No sentido mais estrito desta expressão é possível enxergar uma nova qualidade de “cultura”, isto é, a expressão implica que todos os produtos de todos os setores são fabricados especificamente para o consumo de massas, setores estes que estão intimamente ligados e adaptados, e que de certa forma determinam o modo de consumo das massas, então:

A indústria cultural é a integração deliberada, a partir do alto, de seus consumidores. Ela força a união dos domínios, separados há milênios, da arte superior e da arte inferior. Com o prejuízo de ambos. A arte superior se vê frustrada de sua seriedade pela especulação sobre o efeito; a arte inferior perde, através de sua domesticação civilizadora, o elemento de natureza resistente e rude, que lhe era inerente enquanto o controle social não era total. [...] as massas não são, então, o fator primeiro, mas um elemento secundário, um elemento de cálculo; acessório de maquinaria. (ADORNO, 1975, p. 288).

¹ Sobre o estudo do cinema; “A Escola de Frankfurt estudou o cinema como sinédoque, como um emblema da ‘parte-pelo-todo’ da cultura de massa capitalista, utilizando-se, para tanto, de uma abordagem dialética e multifacetada que atentava simultaneamente a questões de econômica, política, estética e recepção. Empregando conceitos marxistas como reificação, comodificação e alienação, seus autores cunharam o termo ‘indústria cultural’ para aludir ao dispositivo industrial que produzia e mediava a cultura popular, bem como aos imperativos de mercado subjacentes. Escolheram o termo ‘indústria’ no lugar de ‘cultura de massa’, para evitar a impressão de que a cultura surge espontaneamente das massas.” (STAM, 2003, p. 87).

O conceito de indústria cultural relativo à produção de bens culturais se limita a diferenciar a mercadoria cultural da obra de arte. Em relação aos bens culturais, a produção visa à obtenção de lucro, que refletida nas obras de arte corrompe o seu estado de autonomia, lhes garantindo estatuto de bens comercializáveis, propósito imediato da indústria cultural. Na esfera da arte é que a expressão ganhou maior relevância, pois a massa consumia a cultura² promovida pelo mercado de bens culturais, e criada pela tecnologia que se torna aliada neste processo.

Portanto, tanto os produtos de consumo de utilidade prática, como até a cultura neste período foram financiados pelo capitalismo, ou seja, pelo pensamento burguês que gera no início do século XX e principalmente no período entre guerras, uma atmosfera mercadológica na sociedade. A indústria cultural faz com que o consumidor, ou seja, a massa acredite que ele seja o elemento primário na sociedade, mas inegavelmente o processo industrial leva os consumidores inconscientemente ao estado de objeto. Neste caso, o sistema dominante enfocava o progresso enquanto forças produtivas técnicas, e os trabalhadores se convertiam inconscientemente em objetos que eram manipulados por esse sistema.

Atualmente em fase de desagregação na esfera da produção material, o mecanismo da oferta e da procura continua atuante na superestrutura como mecanismo de controle em favor dos dominantes. Os consumidores são os trabalhadores e os empregados, os lavradores e os pequenos burgueses. A produção capitalista os mantém tão bem presos em corpo e alma que eles sucumbem sem resistência ao que lhes são oferecidos. Assim como os dominados sempre levaram mais a sério do que os dominadores a moral que deles recebiam, hoje em dia as massas logradas sucumbem mais facilmente ao mito do sucesso do que os bem-sucedidos. Elas têm os desejos deles. Obstinadamente, insistem na ideologia que as escraviza. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 125).

Logo, a técnica na indústria cultural padronizou os produtos das necessidades dos consumidores, e essa padronização é possível por este avanço tecnológico,

que essas técnicas sejam as vozes dos que têm um poder economicamente mais forte, colocando as massas em segundo lugar. Este poder da indústria cultural é capaz de transformar a mentalidade dos consumidores – para uma racionalidade técnica –, fazendo com que eles acreditem que seja realmente o critério que inspira o avanço tecnológico, que inspira a produção da indústria cultural. Partindo do conceito de racionalidade técnica que desembocam na irracionalidade e que articula a dominação e a massificação cultural como as duas faces de uma mesma dinâmica, Adorno critica a indústria cultural como subsistema do sistema capitalista que assimila e reflete os ditames da cultura de mercado. Os produtos da indústria cultural, assim como os meios de comunicação de massa - o cinema, a televisão - são caracterizados por Adorno como alienantes, conservadores e autoritários.

“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 mesmo.” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 114).

Para Adorno esta racionalidade técnica é vista como a racionalidade do próprio domínio, e que o fenômeno da indústria cultural é mais uma forma de expressão do pensamento burguês e do sistema capitalista, que reflete as imposições da cultura de mercado. A indústria cultural afirma e reforça uma suposta mentalidade das massas, que ela padroniza, estabiliza e rotula. As massas não são o comedimento, mas sim a ideologia - o apêndice do mecanismo - da indústria cultural. O capitalismo em função do consumismo usa de diversos artifícios, e tem como principal discurso o progresso da sociedade sob o avanço da tecnologia, mas este discurso busca um único objetivo, a saber; o de controlar cada vez mais um maior número de consumidores. Assim a indústria cultural bloqueia o desenvolvimento do indivíduo como sujeito autônomo, independente, que pode tomar as suas decisões de modo consciente, tornando-os alienados de si mesmo.

² “[...] a barbárie estética consuma hoje a ameaça que sempre pairou sobre as criações do espírito desde que foram reunidas e neutralizadas a título de cultura. Falar de cultura foi sempre contrário à cultura. [...] Só a subsunção industrializada e conseqüente é inteiramente adequada a esse conceito de cultura [...] que já contém virtualmente o levantamento estatístico, a catalogação que introduz a cultura no domínio da administração.” (LOUREIRO et al., 2003, p. 13-22). Neste caso, não concordamos totalmente com tal afirmação, mas na tentativa de relacionar a crítica de Adorno aos produtos da indústria cultura, ela cabe perfeitamente.

Para o autor, o termo “ideologia” não pode mais ser empregado literalmente. Ele afirma que na sociedade burguesa as mercadorias são a própria ideologia, isto é, o valor de troca da indústria cultural é o segredo da ideologia. Portanto, na *Dialética do Esclarecimento*, Adorno diz: “A nova ideologia tem por objeto o mundo enquanto tal.” (ADORNO; HORKHEIMER 1985, p. 138). É a partir deste conceito que defendemos a ideia de que o cinema, *apropriado* pela indústria cultural, é o meio de propagação dessa ideologia.

Outra ideia importante na *Dialética do Esclarecimento*, que é retomada no texto em questão, é o significado do termo ‘indústria’ no contexto da fabricação das mercadorias culturais: ela não deve ser tomada muito literalmente, já que a padronização dos produtos, assim como o alto grau de racionalidade dos métodos de difusão, não encontram em contrapartida no mesmo nível, no que tange aos processos de produção propriamente ditos. Apesar da estrita divisão do trabalho na indústria filmográfica e de radiodifusão, sempre deve ser preservado certo espaço para uma individualidade, ainda que, no fundo, ela seja apenas aparente e hipostasiada no sentido de fortalecer a ideologia de liberdade e espontaneidade, da vida moderna nos países industrializados. Reaparece, aqui, a ideia de que sobrevive na indústria cultural um resíduo da esfera da circulação num contexto em que, nos setores de ponta da economia, ela já desapareceu em função do predomínio dos monopólios. (DUARTE, 2003, p. 117).

Assim, é possível notar que a crítica de Adorno e Horkheimer sobre a racionalidade técnica também mirou a produção dos bens culturais, transformando-os em valor de uso para o consumidor e em valor de troca para o produtor. Nas sociedades capitalistas dominadas pela indústria cultural notamos a transformação da própria cultura em mercadoria de consumo, fundindo-a com a diversão e o entretenimento³.

No capitalismo, a indústria cultural criou o termo *mass-media*, que não tinha conotação ofensiva, mas que na realidade coloca em evidência o poder daqueles que economicamente controlam a sociedade através da racionalidade técnica. Os produtos que eles fornecem transmitem a ideia de que estes satisfazem as necessidades

dos seres humanos, que – inconscientemente - são tratados como meros consumidores desses produtos da indústria cultural. Para os autores da *Dialética do Esclarecimento*, a economia capitalista juntamente com a indústria cultural oferece aos consumidores uma coisa e ao mesmo tempo priva-os dela, fazendo com que o consumidor sintam-se sempre insatisfeito e sempre busque suprir essas necessidades, o que para a indústria cultural é sinônimo de compra, Loureiro ressalta que:

“O princípio básico consiste em lhes apresentar tanto as necessidades, como tais, que podem ser satisfeitas pela indústria cultural, quanto em, por outro lado, antecipadamente, organizar essas necessidades de modo que o consumidor a elas se prenda, sempre e tão só como eterno consumidor, como objeto da indústria cultural”. (LOUREIRO, et al., 2003, p. 13-22).

O conceito de indústria cultural tem como característica a técnica para a realização da padronização das necessidades e dos produtos fornecidos aos homens designados como consumidores. A reprodução tecnológica é capaz da produção em série de diversos produtos, mas, como Adorno e Horkheimer apontam esses produtos também são produtos da cultura, quando ela é identificada como mercadoria. Dessa forma, a técnica aplicada aos produtos, na indústria cultural, torna-se deturpadora das obras de arte, isto é, a produção de bens culturais e artísticos como bens materiais disponíveis para compra e venda, a fim de suprir as necessidades dos consumidores, assim:

Pode-se constatar que na indústria cultural tudo se transforma em artigo de consumo, e que no mercado a arte, a música, o cinema, o rádio, tudo pode ser comprado como uma mercadoria, transformando a cultura em algo negativo. Para Adorno, a indústria cultural não é democrática, ela se submeteu a dominação da técnica que é usada pelos meios de comunicação de forma original e criativa que impede o homem de pensar de forma crítica, de imaginar, adestrando consciências, que fazem com que o que é transformado para efeitos comerciais sejam convertidos como um entretenimento para todos. (LOUREIRO et al., 2003, p. 13-22).

³ Para Adorno e Horkheimer (1985, p. 128) a diversão é: “o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ela é procurada por quem quer escapar ao processo de trabalho mecanizado, para se pôr de novo em condições de enfrentá-lo. Mas, ao mesmo tempo, a mecanização atingiu tal poderio sobre: a pessoa em seu lazer e sobre a sua felicidade, ela determina tão profundamente a fabricação das mercadorias destinadas à diversão, que esta pessoa não pode mais perceber outra coisa senão as cópias que reproduzem o próprio processo de trabalho.” Mas, neste sentido, nós acreditamos que Adorno impôs ao cinema um sentido de deterioração no que diz respeito às práticas culturais de sua época, porém, é difícil concordar com essas declarações tão fortes e cheias de crítica de Adorno, no caso, nos abstermos de comentários.

A reprodução técnica, a indústria de entretenimento e diversão propiciou uma padronização e racionalização das formas culturais, como os filmes, o rádio, a televisão, a música popular⁴, contribuindo para aquela racionalidade técnica já mencionada antes, que atrofiou a capacidade de agir, pensar e fazer as escolhas de forma autônoma dos indivíduos. A indústria cultural usa dos melhores recursos técnicos para envolver o indivíduo, de forma que ele perceba a ilusão de uma vida real, que é representada nos filmes. Através dos meios de comunicação, entre eles o cinema, os consumidores segundo Adorno, são modelados de acordo com o princípio da indústria cultural. O cinema, disfarçado de diversão, veio para satisfazer as necessidades deste consumidor, que ao mesmo tempo por meio da mecanização dos processos técnicos da indústria cinematográfica, não encontra aí sua necessidade suprida, isto é, é possível que ele esteja condicionado e alienado.

O fato de que milhões de pessoas participam dessa indústria importaria métodos de reprodução que, por sua vez, tornam inevitável a disseminação de bens padronizados para a satisfação de necessidades iguais. 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. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 114).

Antes de tudo, é preciso destacar que a crítica de Adorno ao cinema é empregada sob o ponto de vista econômico dos EUA e da indústria cinematográfica hollywoodiana, pois ele e os outros pesquisadores do Instituto de Pesquisas Sociais de Frankfurt estavam exilados na Califórnia na década de 40, época da até então maior produção cinematográfica de Hollywood. A crítica destaca o cinema como produtor de ilusões e embaraçador da fantasia e do pensamento dos espectadores, isto é, o filme faz

com que os espectadores divaguem sobre a obra fílmica, identificando no filme a representação da própria realidade. Nesta ocasião, os filmes são produzidos de tal forma que a apreensão real do filme e dos dados exatos da película só podem ser percebidos e absorvidos por aqueles que tenham a astúcia da observação e que possuem conhecimentos específicos sobre o cinema.

Primeiramente, deve ficar claro que para Adorno, em sua *Teoria Estética*, as obras de arte se diferenciam dos produtos - que usam aparato técnico (Televisão e Cinema) - da indústria cultural, pois estes não são autônomos no sentido estrito do termo, e quanto a sua importância são avaliados por Adorno como secundários, principalmente no que diz respeito à ideologia⁵ presente no seu conteúdo.

Todavia, a indústria cultural permanece a indústria da diversão. Seu controle sobre os consumidores é mediado pela diversão, e não é por um mero decreto que esta acaba por se destruir, mas pela hostilidade inerente ao princípio da diversão por tudo aquilo seja mais do que ela própria. Como a absorção de todas as tendências da indústria cultural na carne e no sangue do público se realiza através do processo social inteiro, a sobrevivência do mercado neste ramo atua favoravelmente sobre essas tendências. A demanda ainda não foi substituída pela simples obediência. Pois a grande reorganização do cinema pouco antes da Primeira Guerra Mundial - condição material de sua expansão - consistiu exatamente na adaptação consciente às necessidades do público registradas com base nas bilheterias, necessidades essas que as pessoas mal acreditavam ter que levar em conta na época pioneira do cinema. Ainda hoje pensam assim os capitães da indústria cinematográfica - que, no entanto, se baseiam no exemplo dos sucessos mais ou menos fenomenais, e não, com muita sabedoria, no contraexemplo da verdade. Sua ideologia é o negócio. A verdade em tudo isso é que o poder da indústria cultural provém de sua identificação com a necessidade produzida, não da simples oposição a ela, mesmo que se tratasse de uma oposição entre onipotência e impotência - A diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ela é procurada por quem quer escapar ao processo mecanizado, para se por de novo em condições de enfrentá-lo. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 128).

⁴ Para conhecer a crítica de Adorno à música popular ver: (ADORNO, 2000).

⁵ Sobre o conceito de ideologia: "A ideologia é definível exatamente como processo por meio do qual a subjetividade humana assume a aparência exterior da totalidade e de unidade, e, mais do que isso - especificamente com relação ao cinema -, uma das operações ideológicas centrais do cinema dominante, é precisamente o posicionamento do espectador como um sujeito aparentemente unitário." (RAMOS, 2005, p. 32).

É dessa forma que a indústria cinematográfica adestraria os espectadores a se comportarem conforme a indústria cultural queira, ou seja, os espectadores reagem de forma automática quando estão frente às imagens do filme, pois a dinâmica dessas imagens obscurece a atividade intelectual do espectador.

Em outros textos em que Adorno abordou a relação entre cinema e indústria cultural; em *Transparências do Filme*, ele mantém uma atitude otimista em relação ao filme que respeita as potencialidades expressivas das imagens, e identifica esse cinema com aquele que mais se aproxima do estatuto da arte, pois o filme passa a considerar o aparato técnico como um meio para trazer à tona a estética expressiva que o cinema de arte pode realizar, deixando totalmente de lado o caráter mercadológico e alienante da indústria cultural, para ele:

Elas [as imagens de uma paisagem/rd] não passam, porém, umas nas outras continuamente, mas dão um lugar às outras como na lanterna mágica da infância. As imagens do monólogo interior devem essa permanência interna no movimento a sua semelhança com a escrita: essa também não é diferente de algo que se movimenta sob os olhos e, ao mesmo tempo, é estática nos seus signos. Tal sucessão das imagens deveria se comportar em relação ao filme como mundo visível para a pintura ou o acústico para a música. O cinema seria arte enquanto recuperação objetivante desse modo de experiência. O meio técnico *par excellence* é profundamente aparentado com o belo natural. (apud DUARTE, 2003, p. 144).

No que tange à discussão posterior de Adorno em relação ao cinema enquanto arte, o seu principal argumento, neste caso otimista referente à sua primeira impressão do cinema, é o poder que o aparelho técnico possui quando este é utilizado como certo tipo de recurso ao se filmar a cena intencionalmente bela⁶ - comparando-a com uma pintura de um quadro - buscando na cena o caráter puramente estético do cinema, resgatando desta forma o verdadeiro sentido de arte considerando

assim o cinema como a Sétima Arte. A estética do cinema, para Adorno, existe quando a intenção do filme ultrapassa a necessidade do aparato técnico, fazendo deste um instrumento de criação artística da obra, permitindo que a subjetividade trabalhe na composição, deixando transparecer o que de belo existe no filme, somando a intenção dos artistas que compõem o filme e o aparato técnico, resultando em um prazer estético autônomo, afirma Adorno que:

O surgimento tardio do filme dificulta diferenciar de modo tão estrito entre dois sentidos da técnica quanto, por exemplo, na música, onde até a eletrônica uma técnica imanente (a organização adequada e exata da obra) acabou se destacando da interpretação (dos meios de reprodução). Supor uma identidade entre duas técnicas é algo provocado pelo filme na medida em que, como Benjamin já chamou a atenção, nele não existe original que venha a ser reproduzido em massa: nele, o produto em massa é a própria coisa. Mesmo assim – de um modo, aliás, análogo à música –, a identidade não vigora sem mais nem menos. Os especialistas da técnica específica do cinema apontam para o fato de que Chaplin não dominava suas possibilidades ou não lhes deu importância, limitando-se a fotografar esquetes, cenas de pastelão, ou seja, lá o que for. O nível e a posição de Chaplin não são, porém, reduzidos por causa disso, e dificilmente alguém vai duvidar de que ele seja um cineasta. Essa enigmática figura não teria podido desenvolver a sua ideia de outro modo que não na tela: basta ver como, desde o primeiro dia, a sua figura se equipara às antigas fotografias. De acordo com isso, é impossível pretender decifrar normas a partir da técnica cinematográfica enquanto tal. (ADORNO, 1986, p. 101 – 102).

Quando o autor passa a discorrer em favor do cinema enquanto cinema arte, é possível compreender a sua primeira impressão do cinema, pois nesta segunda fase Adorno elenca os principais motivos de decadência ou de retardamento do cinema, ou a imensa produção de filmes visados pela indústria cultural e a pouca atenção dada aos filmes esteticamente autônomos, como é o caso do Novo Cinema Alemão.

⁶ Em relação ao caráter belo de uma obra de arte, Adorno (1970, p. 87) afirma que o: “Belo, na natureza, é o que aparece como algo mais do que o que existe literalmente no seu lugar. Sem receptividade, não existiria tal expressão objetiva, mas ela não se reduz ao sujeito; o belo natural aponta para o primado do objeto na experiência artística subjetiva. Ele é percebido, ao mesmo tempo, como algo de compulsivamente obrigatório e como incompreensível, que espera interrogativamente a sua resolução. Poucas coisas se transferiram tão perfeitamente do belo natural para as obras de arte como este duplo caráter. Sob este aspecto, a arte é, em vez de imitação da natureza, uma imitação do belo natural.”.

O Novo Cinema Alemão exerceu importante influência sobre a asserção de Adorno quanto à possibilidade de conceber o cinema como arte emancipatória. Para ele, ‘o filme emancipado teria que retirar o seu caráter *a priori* coletivo do contexto de atuação inconsciente e irracional, colocando-o a serviço de intenções emancipatórias.’ Após uma breve consideração sobre os trabalhos de Charles Chaplin e Michelangelo Antonioni, Adorno afirma que, ‘sem considerar a origem tecnológica do cinema, a estética do filme fará melhor, fundamentando-se em um modo subjetivo de experiência ao qual o filme se assemelha e que constitui sua característica artística’. Para ser considerado arte, observa Adorno, o filme deve apresentar-se na forma de uma *recreação objetiva* de uma experiência em direção ao sujeito. Ele esclarece que, nas circunstâncias presentes, quanto menos os filmes aparecem como arte, mais eles se tornam obra de arte. (LOUREIRO, 2005, p. 125-129).

Para o autor, a arte deve ser entendida como um meio que proporciona reflexão. Por este fato, o cinema que Adorno considera como “cinema arte”, é aquele que possui essa capacidade de reflexão. No caso do Novo Cinema Alemão, o autor acredita que exista aí uma possibilidade desses filmes transmitirem mensagens que corroboram em momentos de reflexão ao espectador, assim, para Adorno, o filme que para ele é considerado obra de arte livre das amarras da indústria cultural e dos meios tecnológicos, é aquele onde a intenção do autor ultrapassa essas amarras e tenha como resultado um momento reflexivo, assim o cinema arte é então o cinema como reflexão.

Quando o cinema começa entrar em decadência, Adorno acredita que isso acontece a partir do momento em que certos filmes começam a perder o seu caráter autônomo ou até mesmo negligenciar essa característica artística que, sim, existe no cinema, quando passam a ser filmados comprometidos com a indústria cultural ou então a partir do surgimento da televisão, passam a ser constituídos de acordo com os modelos televisivos, a fim de se tornarem visíveis a todos os espectadores.

Adorno prossegue sua discussão no texto dos anos 50, lembrando que a indústria cultural, tendo como vanguarda a televisão, atua no sentido de tornar os enrijecidos conteúdos do inconsciente, ainda mais rígidos e petrificados, em vez de facilitar seu apoderamento pela consciência, de modo verdadeiramente esclarecedor e emancipatório. Tal processo de superenrijecimento do inconsciente, realizado pela indústria cultural em benefício próprio e da manutenção dos status quo, ocorre pelo efeito calculado de estereótipos sobre a psique, os quais são os principais vocábulos da linguagem imagética veiculada pela televisão. Sobre isso, Adorno recorre mais uma vez a comparação das mercadorias culturais com as obras de arte no sentido de responder a ponderação, feita por apologetas da indústria cultural, de que, não apenas essas, mas também a arte operaria com estereótipos. Segundo Adorno, a diferença entre os clichês calculados, modelados pela produção em massa e o uso inesperado e criativo de modelos, mais afeito a um conteúdo alegórico, é enorme, pois que a arte tenha a ver com um protesto do inconsciente vexado pela civilização, não deve servir como pretexto para o abuso do inconsciente a favor de um vexame civilizatório ainda mais penetrante. (DUARTE, 2003, p. 126-127).

O que a televisão imprimiu na sociedade, os filmes da indústria cultural que após o surgimento da TV também passaram a reproduzir em todas as suas produções, é o motivo do retardamento do cinema, ao longo de sua história. Pois, enquanto o cinema arte deixava transparecer o caráter estético do filme proveniente da intenção subjetiva presente nele, o cinema da indústria cultural pretendia, assim como já foi dito, transmitir às massas a ideologia do consumo fornecida pela indústria.

Todavia, não era somente a influência dos modelos de ideologia televisivos que influenciaram os filmes da indústria cultural, e que foi considerado por Adorno um dos motivos do retardamento do cinema, mas também alguns aspectos da criação dos filmes foram igualmente responsáveis por essa decadência.⁷ A importância dos objetos presentes no filme é mais distante da subjetividade, da intenção e da autonomia estética do cinema, do que a própria mensagem que tais objetos são capazes de passar aos espectadores⁸, e ela é tão poderosa quanto às

⁷ “A técnica fotográfica do cinema, que antes de tudo copia, confere mais validade própria ao objeto estranho à subjetividade do que os processos esteticamente autônomos; no percurso histórico da arte, esse é o ponto de retardamento do cinema.” (ADORNO, 1986, p. 104). Deste modo, o autor compreende e assume os motivos que propiciaram o retardamento do cinema.

⁸ Neste caso ver: (XAVIER, 1984).

tentativas de controle ideológico da indústria por meio da reprodução dos bens culturais.

Para Adorno, no filme os espectadores se relacionam mais imediatamente do que, por exemplo, na pintura, por causa dessa visão que os objetos presentes no filme lhes oferecem, pois estes objetos possuem algo de material, como se realmente, de maneira realista tivessem em poder dos espectadores, o que é muito improvável de acontecer na pintura ou literatura.

Neste sentido, os objetos são portadores de mensagens, que podem ser intencionalmente estéticas ou ideológicas, de acordo com a indústria cultural. Essas mensagens presentes nos objetos são entendidas por Adorno como signos sociais, mas que, por causa do retardamento do cinema, reprimem a subjetividade e a estética autônoma contida neles; em contrapartida, se essa intenção estética aproveitar a posição do objeto presente no filme, a fim de buscar transmitir uma mensagem que provoque reflexão, neste caso então não existe um retardamento intencional do cinema, apenas operacional. No que diz respeito às questões operacionais da indústria cinematográfica, Adorno refere-se ao retardamento das operações que são realizadas na produção de um filme, como a construção de um roteiro, ou o processo de montagem. O retardamento ocorre quando estes acabam por absorver os modelos operacionais usados na TV, e também a ideologia da indústria cultural.

Para Adorno, esses objetos estão sob o peso de uma organização social que se constituiu num modelo de dominação vigente na natureza, embora seja histórica e esclarecida, a razão é instrumental porque está sob o signo do princípio da dominação, assim esses objetos transmitem as mensagens deste princípio, por isso também são considerados signos sociais.

A tecnologia do filme desenvolveu uma série de meios que são contrários ao se realismo inseparável da fotografia [...]. A razão disso é que tais meios não são extraídos das necessidades da produção individual, mas da convenção. Avisam sobre o espectador o que aqui estaria sendo pretendido ou como ele teria de suplementar aquilo que escapa ao realismo cinematográfico. Já que, no entanto, certos valores expressivos, ainda que decadentes, caracterizam quase sempre tais meios, então se constitui uma relação falsa entre esses valores e o

signo aí inserido. Isso é o que empresta o caráter de kitsch ao enxerto. Restaria ainda a questão de saber se isso ainda continua na montagem e nas associações que surgem fora do transcurso do filme; em todo caso tais divagações exigem um elevado tato do diretor. Mas, há algo dialético a aprender o fenômeno: que a tecnologia, tomada isoladamente, isto é, fazendo-se abstração do caráter de linguagem do filme, pode vir a cair em contradição com suas leis imanentes. A produção cinematográfica emancipada não deveria mais [...] confiar irrefletidamente na tecnologia, no fundamento do métier. Nele é que o conceito de adequação material alcança a sua crise, antes mesmo de ter sido obedecido. Misturam-se turvamente a exigência de uma relação plena de sentido entre modos de procedimento, material e estruturação com o fetichismo dos meios. (ADORNO, 1986, p. 106).

Fica claro que para Adorno, nesta discussão posterior sobre o cinema arte os motivos estão intimamente relacionados e fracamente compreensíveis. Por um lado, Adorno declara que existe sim um cinema industrial e um cinema arte, e que eles se diferenciam por pequenos e sutis detalhes mais estéticos do que ideológicos, e por outro, deixa claro que essas pequenas diferenças são facilmente confundíveis e que não ficam tão claras e presentes entre um filme esteticamente autônomo e um filme ideologicamente industrial:

O que se poderia chamar de valor de uso na recepção dos bens culturais é substituído pelo valor de troca; ao invés do prazer, o que se busca é assistir e estar informado, o que se quer é conquistar prestígio e não se tornar um conhecedor. O consumidor torna-se a ideologia da indústria da diversão, de cujas instituições não conseguem escapar. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 148).

Neste caso, Adorno não enxergou como o cinema, mesmo sendo portador de mensagens ideológicas, poderia ser uma obra de arte revolucionária; porém, tempos depois, o autor conseguiu ver que o cinema tinha credibilidade, quando o cineasta possuía liberdade de produção, fazendo com que sua intenção ultrapasse o aparelho técnico.

O cinema arte é intencionalmente subjetivo, pois prioriza com superioridade a intenção do artista e usa o aparelho apenas como instrumento de produção, e esteticamente autônomo, refletindo a partir das discussões do autor, essa linha tênue entre o cinema arte e o cinema de indústria cultural. Essa linha é traçada pelo simples fato de que

quando um diretor ou cineasta realiza uma obra cinematográfica que pode ser entendida como arte – Sétima Arte -, ele realiza-a deixando a intenção subjetiva e estética acima do aparato técnico, não fazendo da reprodução técnica uma aliada para transmitir ideologias da indústria cultural, assim como o cinema de indústria, mas sim como um mero instrumento que o leve a produzir aquilo que intencionalmente ele criou para poder ser visto e sentido pelos espectadores.

Dialogando com as mudanças perceptivas e cognitivas, é possível destacar que nos filmes de hoje o caráter ideológico talvez pese muito mais do que no início da história do cinema, pois analisando o quanto a indústria utiliza-se dos filmes para vender seus produtos, podemos perceber como os filmes passam a ser também layouts de propaganda comercial. Desse modo, tornam-se cada vez mais um produto pertencente à ideologia da Indústria Cultural, que não só lhe garante o seu valor de troca, como é natural do cinema, mas neste caso ele se esvazia de valor artístico, salvo poucas exceções⁹.

Referências

ADORNO, T. W. A indústria cultural. In: COHN, G. (Org.). *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Companhia Nacional, 1975. p. 270-291.

_____. *Minima moralia*. 2 ed. São Paulo: Ática, 1993.

_____. *Notas sobre o filme*. Tradução de Flávio R. Kothe, Aldo Onesti e Amélia Cohn. São Paulo: Ática, 1986.

_____. O fetichismo na música e a regressão da audição. In: _____. *Textos escolhidos*. São Paulo: Nova Cultural, 2000. p. 76-105. (Os Pensadores).

_____. *Résumé sobre a indústria cultural*. Tradução de Carlos Eduardo Jordão Machado. Tradução de: Parva Aesthetica. Milano: Einaudi, 1979.

_____. *Teoria estética*. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Ed. 70, 1970.

ADORNO, T. W. ; HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1985.

BENJAMIN, W. *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Traduções de Maria Luz Moita, Maria Amélia Cruz e Manuel Alberto. Lisboa: Relógio D'Água, 1994.

_____. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1987. (Obras escolhidas, v. 1).

DUARTE, R. *Teoria crítica da indústria cultural*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

LOUREIRO, A. et. al. Indústria cultural: revisando Adorno e Horkheimer. *Movendo Idéias*, Belém, v. 8, n. 13, p. 13-22, jun. 2003.

LOUREIRO, R. Considerações sobre o cinema na teoria crítica. Adorno e Kluge: um diálogo possível. *Impulso*, Piracicaba, v. 16, n. 39, p. 123-134, 2005.

RAMOS, F. P. *Teoria contemporânea do cinema*. São Paulo: SENAC, 2005.

STAM, R. *Introdução à teoria do cinema*. Campinas: Papyrus, 2003. v. 1, v. 2.

XAVIER, I. D. W. *Griffith: o nascimento de um cinema*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

Recebido em: 24 jan. 2013.

Aceito em: 06 ago. 2015.

⁹ O cinema contém em si o sentido de mercadoria; como obviamente o aspecto de obra de arte, como já foi dito. No que diz respeito à mercadoria, é possível compreender que no cinema o valor de troca lhe é inerente, pois cada novo contato do espectador com o filme, permite ao cinema um novo processo de troca, isto é, a exibição de um filme participa da indústria cinematográfica, que interage com troca de: pagamento para a contemplação do espectador de um filme que está em cartaz, ou está à venda, e também em relação à produção do próprio filme, que conta com contrato de profissionais, compra de equipamentos, investimentos e aquisição de lucro.

