

**Universidade Federal de Goiás  
Faculdade de Educação  
Programa de Pós-Graduação em Psicologia**

**Ettore Riter**

**Indústria Cultural e Filme de Animação:  
Perspectivas da Formação Cultural no Mundo Contemporâneo**

**Goiânia  
2018**

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR  
VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES E DISSERTAÇÕES  
NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

1. Identificação do material bibliográfico:     Dissertação     Tese

2. Identificação da Tese ou Dissertação:

Nome completo do autor: **Ettore Riter**

Título do trabalho: **Indústria Cultural e Filme de Animação: Perspectivas da Formação Cultural no Mundo Contemporâneo**

3. Informações de acesso ao documento:

Concorda com a liberação total do documento  SIM     NÃO<sup>1</sup>

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF da tese ou dissertação.



Assinatura do(a) autor(a)<sup>2</sup>

Ciente e de acordo:



Assinatura do(a) orientador(a)<sup>2</sup>

Data: 16/04/2018

<sup>1</sup> Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Os dados do documento não serão disponibilizados durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

<sup>2</sup> A assinatura deve ser escaneada.

**Ettore Riter**

**Indústria Cultural e Filme de Animação:  
Perspectivas da Formação Cultural no Mundo Contemporâneo**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Psicologia, da Faculdade de Educação, da Universidade Federal de Goiás, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Psicologia, na linha de pesquisa Processos Psicossociais e Educacionais, sob orientação da Profa. Dra. Susie Amâncio Gonçalves de Roure.

**Goiânia  
2018**

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Riter, Ettore  
Indústria Cultural e Filme de Animação [manuscrito] : Perspectivas da Formação Cultural no Mundo Contemporâneo / Ettore Riter. - 2018. 167 f.

Orientador: Profa. Dra. Susie Amâncio Gonçalves de Roure.  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Educação (FE), Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Goiânia, 2018.

Bibliografia. Anexos.

Inclui siglas, tabelas, lista de tabelas.

1. Teoria Crítica da Sociedade. 2. Subjetividade. 3. Cinema de animação. 4. Ideologia. 5. Pseudoformação. I. Roure, Susie Amâncio Gonçalves de, orient. II. Título.

CDU 159.9



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

Universidade Federal de Goiás – Faculdade de Educação

Programa de Pós-Graduação em Psicologia

Rua 235, s/n. Setor Leste Universitário – Goiânia/GO – CEP: 74605-050

Fones: 3209-6215 / www.ppgp.fe.ufg.br / Email ppgpufg@gmail.com



PPGP  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO  
EM PSICOLOGIA

**ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE  
ETTORE RITER**

Aos vinte e oito dias do mês de março de dois mil e dezoito (28/03/2018), às 9:00 horas reuniram-se os componentes da Banca Examinadora: Profa. Dra. **Susie Amâncio Gonçalves de Roure**, doutora em Educação pela Universidade Federal de Goiás, Profa. Dra. **Maria do Rosário Silva Resende**, doutora em Psicologia Social pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas e o Prof. Dr. **José León Crochik**, doutor em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano pela Universidade de São Paulo para, sob a presidência da primeira, e em sessão pública realizada nas dependências da Faculdade de Educação, procederem à defesa da dissertação intitulada: “**Indústria Cultural e Filme de Animação: Perspectivas da Formação Cultural no Mundo Contemporâneo**”, em nível de Mestrado, área de concentração em Psicologia, de autoria de **Ettore Riter**, discente do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal de Goiás. A sessão foi aberta pela presidente da Banca Examinadora, Profa. Dra. **Susie Amâncio Gonçalves de Roure** que fez a apresentação formal dos membros da Banca e deu-se início à apreciação e avaliação do texto. A Banca Examinadora, após a apreciação e avaliação do texto apresentado, decidiu considerá-lo **aprovado**. Os trabalhos foram até às 11:00 horas e eu, **Fernando Lacerda Junior**, Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da FE/UFG, lavrei a presente ata que assino acompanhado dos membros da Banca Examinadora. Goiânia, aos vinte e oito dias do mês de março de dois mil e dezoito.

Profa. Dra.  **Susie Amâncio Gonçalves de Roure** (Orient.)

Profa. Dra.  **Maria do Rosário Silva Resende**

Prof. Dr.  **José León Crochik**

  
Prof. Dr. **Fernando Lacerda Junior** (Coordenador do PPGP)

À Fabiana, amiga valorosa,  
apoiadora incansável  
e companheira fiel.

## **Agradecimentos**

A Deus, por ter-me dado saúde e força para superar os desafios.

A esta Universidade e ao PPGP, figurados em seu corpo docente e em sua direção, pela oportunidade de realizar tão importante passo na minha carreira.

À professora Susie, gentil orientadora, pela confiança e pelo suporte neste processo de meu desenvolvimento como pesquisador.

Aos colegas da Terceira Turma e do NEVIDA, que, com despojadas e enriquecedoras conversas, contribuíram para minha compreensão da complexa Teoria Crítica da Sociedade.

A meu pai, Jorge, e a minha mãe, Madalena (*in memoriam*), pelo amparo e incentivo desde o início longínquo dessa trajetória.

E a todos que, direta ou indiretamente, fizeram parte da minha formação, o meu profundo agradecimento.

## Sumário

Introdução.....	12
1. A Sociedade Industrial, a Formação Cultural e a Ideologia.....	19
1.1. Família, Socialização e Ideologia na Sociedade Administrada.....	20
1.2. Indivíduo, sociedade e cultura: a formação cultural na perspectiva da Teoria Crítica da Sociedade.....	25
1.3. O processo de formação da consciência e a ideologia .....	31
1.4. A Experiência formativa e a pseudoformação: o lugar dos bens culturais na formação humana .....	38
1.5. Narcisismo e formação humana: um olhar a partir da Psicanálise.....	50
2. A Indústria Cultural, o Cinema e o Filme de Animação .....	59
2.1. A reprodutibilidade técnica da arte e o Cinema .....	69
2.2. Recepção tátil e Recepção ótica .....	74
2.3. Filme: mercadoria e agente ideológico.....	79
2.4. A Cultura, o Entretenimento e a Diversão.....	92
2.5. As personagens e as identificações: Heróis, Vilões e Anti-heróis .....	105
3. O cinema de animação e a formação cultural: método da pesquisa e análise .....	114
3.1. O desenho animado e o cinema de animação: história e contexto .....	114
3.2. Análise de Filmes e Procedimentos adotados .....	126
3.3. Minions, O filme .....	132
3.3.1. Sinopse.....	132
3.3.2. As dimensões de Minions: números e especificações .....	134
3.3.3. Observações gerais sobre as personagens principais.....	136
3.4. Análise de cenas e categorias .....	140
4. Considerações finais.....	154
5. Referências .....	157
Anexo A – Quadro histórico do cinema de animação .....	165
Anexo B – Quadro Descritivo de texto visual e verbal .....	168

## **Lista de Tabelas**

Tabela 1 - Filmes de animação de maior público de até 2015 .....	15
--	----

## **Lista de Quadros descritivo de texto visual e verbal**

Quadro 1 – Cena: Tina Nelson conta a Kevin a história de Scarlet Overkil .....	140
Quadro 2 – Cena: Scarlet conta uma história para dormir aos Minions.....	142
Quadro 3 – Cena: Scarlet sente-se traída e confronta os Minions.....	146
Quadro 4 – Cena: Scarlet se prepara para a coroação .....	147
Quadro 5 – Cena: Discurso de Scarlet Overkill no Expo-Vilão.....	148
Quadro 6 – Cena: Scarlet é presa em um bloco de gelo pelo jovem Gru.....	151
Quadro 7 – Cena: Kevin elege Gru como o novo chefe e a tribo o segue.....	153

## **Lista de Abreviaturas e Siglas**

MPAA	<i>Motion Picture Association of America</i>
IMDb	<i>Internet Movies Database</i>
CGI	<i>Computer Generated Images</i>

## Resumo

A sociedade capitalista contemporânea reproduz, por meio Indústria Cultural, processos ideológicos e sociais, promovendo um tipo de formação adaptada ao modo de vida e aos objetivos do modelo de organização da sociedade. Neste trabalho, o cinema recebeu destaque, em especial o filme de animação. Na Indústria Cultural, o filme é produzido sob orientação de fórmulas de sucesso, tanto nas formas, efeitos e repetições quanto na construção das personagens e narrativas, que garantam a satisfação do público e a lucratividade. O filme contém elementos sociológicos e técnicos, trazendo em si, representações dos objetos sociais e suas ideologias; ele transmite seus conteúdos aos espectadores por camadas de significados, tanto aparentes quanto ocultas; os sentidos dos espectadores são inundados por estímulos audiovisuais atrativos e em um fluxo que domina a atenção; a experiência estética que um filme provoca colabora com a produção da pseudoformação, uma modalidade de formação. Neste esforço de pesquisa discute-se a atuação que um filme de animação pode ter, desde a infância para a formação cultural do indivíduo. A família é espaço de relações afetivas e sociais intensas, fundamental à socialização; ela apresenta modelos sociais e ideologias que são reafirmados nas demais relações sociais, provendo uma consistência e aparente harmonia social. Fundamentada na Teoria Crítica da Sociedade, esta pesquisa procedeu a uma análise do filme de animação “Minions”, juntamente com um modelo de análise de conteúdo utilizada por Adorno, para apreender as camadas de significados apresentadas no objeto. Identificaram-se conteúdos e padrões de comportamentos socialmente validados, relacionados ao narcisismo, à barbárie e à violência. Verificou-se o uso de humor (o riso) na suavização desses elementos e na dessensibilização dos espectadores quanto à ferocidade e aos modos de dominação próprios da sociedade capitalista, por meio da produção da dinâmica de tensão-alívio.

**Palavras-chaves:** Teoria Crítica da Sociedade; Subjetividade; Cinema de animação; Ideologia; Pseudoformação.

## **Abstract**

The contemporary capitalist society reproduces through Cultural Industry, ideological and social processes, promoting a type of formation adapted to the way of life and the objectives of this model of social organization. In this work, the cinema was highlighted, especially the animated film. In the Cultural Industry, the animated film is produced based on successful formulas, both in its forms, effects and repetitions, as well as in the construction of characters and narratives, which results in audience satisfaction and profitability. It contains sociological and technical elements, full of representations of social objects and their ideologies; it presents its contents to viewers through layers of meanings, both apparent and hidden; the senses of the viewers are flooded by audiovisual stimuli in such a way that hold their attention; the aesthetic experience which the film provides collaborates with the production of pseudoformation, a form of formation. This research effort discusses the role the animated film plays in the cultural formation of the individual, since childhood. The family is a place of intense affective and social relations, fundamental to socialization; it presents social models and ideologies that are reaffirmed in other social relations, providing a consistency and apparent social harmony. Based theoretically on the Critical Theory of the Society this research was an analysis of the animated film "Minions", in addition to the content analysis model used by Adorno, to apprehend the layers of meanings presented in the object. Content and patterns of socially validated behaviors related to narcissism, barbarism and violence, were identified. The use of humor (laughter) in the smoothing of these elements and in the desensitization of the viewers regarding the ferocity of the society of domination and exploitation, was verified through the production of tension-relief dynamics.

**Keywords:** Critical Theory of Society; Subjectivity; Animated Film; Ideology; Pseudoformation.

## Introdução

A importância do presente estudo ancora-se na necessidade de maior compreensão do processo de formação cultural do humano diante das determinações da Indústria Cultural, exercidas por meio dos bens culturais, destacando-se, aqui, o filme de animação. De modo geral, o processo de formação cultural é fundamentado nas relações sociais estabelecidas entre os indivíduos. As instituições, que apresentam os padrões ideológicos nas relações sociais, atuam como agentes socializadores, favorecendo um processo de assimilação dos padrões e de adaptação dos sujeitos à vida coletiva. De um lado, a Indústria Cultural provê experiências que não favorecem a formação para o desenvolvimento da autonomia e do esclarecimento. Ao contrário, com seus produtos culturais ela promove a pseudoformação, uma vez que oferece abundantemente experiências superficiais e esquemáticas, em detrimento de experiências que gerem reflexões críticas e autocríticas. De outro lado, para que se forme um sujeito emancipado e ético, faz-se necessário o desenvolvimento de uma posição esclarecida e crítica, que requer experiências formativas. Assim, as práticas sociais são mediadas por uma subjetividade reificada e alienada, estabelecida pela pseudoformação, fomentada pelos mecanismos e processos de socialização vigentes. A questão surge frente o sistema de dominação da massa que atua justamente na deformação do sujeito para que este se mantenha subjugado, contido e adaptado aos interesses da sociedade capitalista (Adorno & Horkheimer, 1985a).

Recentemente, em um portal de notícias francês, foram publicadas entrevistas com a psiquiatra infantil Marie-Noëlle Clément sobre seu trabalho de investigação da relação das crianças com os *cartoons*. Ela identificou uma mudança nos perfis das personagens apresentadas nos produtos culturais. As personagens estão mais caricatas e a variedade dos modelos apresentados é menor. As mulheres representadas estão mais sexualizadas e magras, por exemplo. Assim, as estereotípias são reapresentadas mais vezes e ganham mais força, influenciando as representações sociais (físicas e comportamentais) e as relações concretas, não apenas das crianças, mas também das famílias (Thomas, 2017a, 2017b). Os trabalhos de Campbell (1990) e Bettelheim (2002) também permitem considerar a importante inserção desse mundo imaterial, imaginário, na vida concreta das pessoas. Adorno (1986b) elucida a relação entre os produtos culturais dos meios de comunicação em massa, a existência de significados manifestos e ocultos e a ação formativa destes sobre os indivíduos. Estes, entre outros pontos de apoio, sustentam a importância da investigação que aqui se propõe.

Na medida em que os filmes servem ao entretenimento, são consumidos no tempo livre das famílias e estão presentes, de modo direto e indireto, no cotidiano dessas relações, repercutidos ainda em outros grupos sociais. Considerando a presença ampla e a aceitação fácil da mídia cinematográfica – em especial, do filme de animação pelas crianças – vale verificar se os elementos apresentados nas obras fílmicas, sob a forma de “diversão para toda a família”, são determinantes no processo de formação do indivíduo.

Particularmente para este pesquisador, interessam os filmes como atividade privilegiada de lazer e cultura desde o tempo de ensino médio, vindo a assistir a inúmeros filmes, dos diversos gêneros, seja na grande tela da sala de cinema, seja em casa, na tela de dispositivo móvel. Além disso, frequentemente, tanto em conversas nos círculos sociais quanto na prática clínica, vêm à tona exemplos e ilustrações baseados em cenas de filmes, *plots* e propostas narrativas. Notou-se, durante os vários anos de experiência profissional na clínica psicológica, lidando com os sofrimentos e os questionamentos dos clientes acerca de conflitos nas diversas fases da vida (sobre expectativas e frustrações, desejos e necessidades, fantasias e realidades, transtornos e incapacidades, sobre si mesmos e sua relação com seu mundo), que, de algum modo, podem trazer fragmentos fílmicos aos interlocutores, como elementos do diálogo, ou acolher as menções que os próprios faziam a algum aspecto de sua experiência com um filme, que pareceu fazer sentido a ponto de promover percepções, consciências e reflexões sobre si mesmos.

Buscando construir um projeto de mestrado, consideraram-se o filme e sua presença massiva na mídia como influenciadores da formação humana, em especial a questão moral. Ao longo do amadurecimento da pesquisa, os elementos da formação moral cederam lugar aos efeitos do filme na subjetividade por meio da experiência estética.

Assim, buscou-se apreender, por intermédio da análise crítica de um filme de animação, os modos pelos quais a Indústria Cultural atua na formação e conformação do sujeito. Como objetivos específicos, pretendeu-se compreender a relação entre os bens culturais e a formação, apreender o processo da pseudoformação na constituição da subjetividade e da consciência do indivíduo e, ainda, identificar padrões ideológicos expostos pela Indústria Cultural nos filmes de animação.

Definiram-se a família e a infância como contexto da pesquisa porque é a família o ponto de contato inicial entre a criança e as mídias. Além disso, ela é o palco primeiro da constituição da subjetividade, sendo o espaço e o tempo em que se formam as bases para a autonomia, a reflexão, a consciência, a autocrítica, a aderência às ideologias etc. Ou seja, as relações sociais estabelecidas no seio familiar lançam os fundamentos para o desenvolvimento

das capacidades individuais para criticar o que se assiste. Essa dinâmica é descrita no primeiro capítulo.

Tomou-se a Teoria Crítica da Sociedade<sup>1</sup> como embasamento teórico, devido à possibilidade de, por meio de suas categorias conceituais, examinar os nexos constitutivos dos processos ligados à formação do indivíduo na sociedade contemporânea. A partir desse referencial teórico, consideraram-se os principais autores da Escola de Frankfurt que abordam a categoria da Indústria Cultural (Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin), descortinando, em especial, seu impacto na formação cultural - a constituição da subjetividade e da emancipação. Assim, buscando apreender os pilares dessa composição, quais sejam, os aspectos subjetivos do indivíduo e os sociais e ideológicos das relações concretas e dos produtos culturais, discutiu-se detidamente, no capítulo dois, a categoria de Indústria Cultural.

Outras definições iniciais foram a seleção de filmes a serem analisados e a metodologia. Com o foco na infância e família, optou-se por filmes de animação, usualmente tidos como filmes infantis, indicados ao entretenimento familiar. A partir de listas encontradas em sites e cadernos especializados em cinema, obteve-se uma relação de filmes de animação com informações diversas. Inicialmente, buscando indicativos da amplitude do consumo desses filmes no Brasil, optou-se por ordená-los pelo número de espectadores<sup>2</sup> dos filmes até 2015 (ano da submissão do projeto à seleção do mestrado) embora, até o momento da entrega desse trabalho, este rol não tenha sofrido alteração. Em seguida, selecionaram-se os cinco filmes de animação de maior público até 2015, a saber: A Era do Gelo 3 (Saldanha & Thurmeier, 2009), Minions (Coffin & Balda, 2015), A Era do Gelo 4 (Martino & Thurmeier, 2012), Shrek para Sempre (Mitchell, 2010), Meu Malvado Favorito 2 (Renaud & Coffin, 2013)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Em 1923, em Frankfurt, Alemanha, estudiosos de diferentes campos do conhecimento se reuniram no “Instituto para a Pesquisa Social” a fim de fazer a crítica da sociedade contemporânea e suas transformações. Pretendiam compreender, interpretar e criticar a sociedade em seus fundamentos objetivos e subjetivos e as consequências para a constituição da humanidade, formando o corpo da Teoria Crítica da Sociedade. Esses intelectuais conviveram, em um passado recente, com guerras, movimentos revolucionários, ideologias em ascensão e avanços tecnológicos e, diante dessas mudanças e fatos históricos e sociais, é que buscaram compreender a sociedade (Matos, 1993).

<sup>2</sup> Esse registro diz respeito aos ingressos de cinema vendidos no Brasil.

<sup>3</sup> Esta lista é uma versão comparada de várias fontes – sites especializados em cinema - com ampla repercussão entre os cinéfilos – tendo como base o artigo “As 20 animações de maior bilheteria na história”, do site AdoroCinema (2016) e o site *Internet Movie Database* (IMDb, 2017), que é uma extensa base de dados online, com grande participação dos usuários, sobre cinema, música, televisão e jogos digitais. Atualmente pertencente à Amazon.com.

Tabela 1:

**Filmes de animação de maior público até 2015**

	Ano	Filme	Público
1	2009	A Era do Gelo 3	9 282 002
2	2015	Minions	8 848 349
3	2012	A Era do Gelo 4	8 663 671
4	2010	Shrek para Sempre	7 379 540
5	2013	Meu Malvado Favorito 2	6 945 157

**Nota.** Fonte: Adaptado de IMDb. (2017). IMDb (*Internet Movies Database*). Recuperado de <https://www.imdb.com/> e AdoroCinema. (2016). *As 20 animações de maior bilheteria na história*. Recuperado em 01 de dezembro de 2016, de <http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-116062/>.

A ideia inicial para a análise do grupo de filmes era retirar dessa amostra os enredos e temas comuns relacionados ao objeto estudado (a formação moral). Contudo, em um segundo momento no decorrer da pesquisa, com o esclarecimento do método de análise, constatou-se que se trata de uma amostra grande para os limites temporais do mestrado. Observou-se também que os elementos sinópticos e as categorias encontravam-se consonantes nos cinco filmes e poderiam ser apreendidas, de modo mais amplo e profundo, em apenas um filme. Verificando mais atentamente o grupo de filmes selecionados, apontou-se o destaque comercial de “Minions” (Coffin & Balda, 2015), superior aos demais longas-metragens, podendo ser considerado exemplo de produto cultural de sucesso da indústria do entretenimento, tanto em termos dos resultados econômicos gerados, quanto de inserção social verificada na repercussão junto ao público (de fãs ou não) às mídias diversas e, ainda, na divisão de opiniões dos críticos. Por esse motivo, determinou-se a opção pela análise de apenas um filme, visto como representante do gênero e portador dos sentidos, das concepções e dos conteúdos (pseudo) formativos comuns a todos eles.

A aclamação pública de “Minions” leva a desdobramentos do “universo”<sup>4</sup> do qual faz parte. Sendo um *spin-off*<sup>5</sup> de “Meu malvado favorito”, ele reforça esse universo, movimentando o mercado desses produtos. Nesse rumo, aponta-se a previsão de novos longas-metragens (Meu Malvado Favorito 3 e Minions 2). Foram licenciados<sup>6</sup> (e também produzidos sem licença) diversos produtos comerciais com motivos dos personagens - material escolar, roupas, fantasias de festas, doces, utensílios diversos, bonecos e brinquedos, parque temático e atrações, suvenires, telas a óleo expostas em galerias de arte, além de um sem-número de postagens em

<sup>4</sup> Entre os consumidores de “cultura pop” costuma ser chamado de “universo” tudo o que se relaciona às histórias e personagens de uma dada franquia cinematográfica. Os filmes e outros itens culturais pertencentes e derivados dessa franquia alimentam as conversas e curiosidades dos fãs, além do movimento comercial que geram.

<sup>5</sup> Termo em inglês que designa um novo produto como derivação de uma obra cinematográfica, explorando algum aspecto do universo criado (história, personagem etc.).

<sup>6</sup> Segundo dados dos meios de comunicação e da imprensa, no que se refere a notícias sobre cinema.

blogs, em veículos informativos e em mídias sociais etc. Alguns meios de comunicação denominaram “Onda amarela” o fenômeno expressivo de vendas de produtos relativos aos Minions. Esse filme é considerado um fenômeno de bilheteria em diversos países. Tornou-se a segunda maior bilheteria na categoria animação e a 11ª do cinema mundial de todos os tempos. Entrou para o “clube do bilhão” por ter arrecadado, em todo o mundo, mais de US\$ 1,16 bilhão de dólares apenas com bilheteria. Ainda que não atinja a arrecadação e público de alguns longas-metragens *live-action*<sup>7</sup>, na categoria de cinema de animação é a produção que mais rendeu lucro na história do cinema e das produtoras envolvidas. Tudo isso ainda leva a repercutir também no âmbito das peças teatrais voltadas para o público infantil (que agradam também os adultos).

Após a apropriação, no início do trabalho da análise, do conjunto teórico acerca da Indústria Cultural, assistindo ao filme algumas vezes, diversas categorias se sobressaíram; elas foram identificadas a partir da aproximação com a discussão da Teoria Crítica da Sociedade, no que tange à formação da subjetividade por meio da experiência estética. Tais categorias apontaram para formas de determinação que a Indústria Cultural impõe sobre a formação do indivíduo, apresentando, esquematicamente e de forma irresistível, conteúdos ideológicos que são assimilados e reproduzidos nas relações sociais. A trajetória de pesquisa corroborou a hipótese inicial de que o filme de animação tem a potencialidade de atuar na formação humana - a pseudoformação e a subjetividade reificada - ao reproduzir uma cultura carregada de elementos que garantem as condições de dominação na sociedade capitalista.

Nesse sentido, considerando as questões da subjetividade e da formação cultural como referências básicas que esclarecem os nexos constitutivos dessa discussão, selecionaram-se as categorias conceituais: narcisismo, barbárie e violência. Com essas categorias de análise foi possível interpretar e criticar, à luz dos autores estudados, os aspectos explícitos nos discursos veiculados do artefato cultural em foco e a eles subjacentes. As categorias de análise, assim como o método de análise do filme são discutidas no terceiro capítulo.

O processo de pesquisa utilizou-se dos métodos da Análise de Filme (Penafria, 2003, 2009; Rose, 2015) e da Análise de Conteúdo (conforme utilizado por Adorno, 1986c, 2008). A Análise de Filme consiste, num primeiro passo, em decompor o filme, identificando e descrevendo seus elementos constitutivos para, então, explicar e esclarecer o “funcionamento” e a interlocução de seus componentes, propondo, por fim, interpretações da obra bem como

---

<sup>7</sup> Filmagens com atuação dos atores frente as câmeras.

críticas a ela e seus efeitos. A Análise de Conteúdo contribui na medida em que possibilita lidar com um amplo material, abordando direta e criticamente o que foi obtido do filme, classificando e correlacionando seus conteúdos.

Nessa análise, deteve-se na relação dialética entre esses elementos culturais, sua função na formação da consciência e na reificação dos indivíduos bem como nas contradições que se querem ocultar por meio do entretenimento e da diversão. Destaca-se o poder ideológico sobre os indivíduos em seu processo de alienação, amalgamada na vivência social massificada. Reafirmam-se, nesse quadro, a emergência das categorias de análise: narcisismo, barbárie (ainda que suavizada) e violência (apresentada de forma divertida).

O levantamento bibliográfico realizado no Portal de Periódicos Capes/MEC (Capes, 2017) sobre as categorias cinema, formação e Indústria Cultural apontou para 366 artigos publicados nos últimos cinco anos em periódicos revisados por pares. Contudo, a maioria relacionava formação em geral e temas afins. Poucos discutiam a relação entre o cinema e a formação cultural e nenhum estava ligado ao cinema de animação.

No âmbito desse levantamento, verificam-se referências de formação como sinônimo de educação, do cinema como instrumento pedagógico e do papel do cinema na educação favorecendo o ensino de disciplinas e habilidades (literatura, história, geografia, criatividade, esportes, educação física). Também se discute o cinema como auxílio na formação profissional (professor/educador, educação infantil, educação física, psicologia, direito, antropologia, bioética médica, jornalismo, idiomas, serviço social). Alguns textos problematizam a formação em cinema, a produção cinematográfica, a importância de determinados autores e escritores para o cinema, a linguagem cinematográfica, o imaginário, a formação do espectador de cinema e alguns tipos de produção para o cinema (documentário, curta-metragem, cinema ficcional, não-ficcional).

Verificou-se que o cinema também tem sido abordado como divulgador de cultura (história e cultura indígena, regional, nacional), correlacionando cinema e sociedade em uma interação produtora e reprodutora de sentidos (incentivo ao turismo, consumo, infância, juventude, corpo, identidade, práticas políticas, políticas públicas, política global). O filme também é tratado como expositor de representações sociais (o docente, o gênero, a sexualidade, a masculinidade, a feminilidade, a mulher, a família, o Nordeste, o envelhecimento e a juventude, as tribos urbanas, o migrante, as marcas de luxo). O cinema é apontado como meio para formação ética e estética (aprender aspectos da estética, ter experiência estética, recepção, ética da imagem, análise de filme, perspectivas das realidades sociais) e de processos psicossociais (processos grupais, subjetividade, imaginação, desejo, temporalidade,

individuação). Por fim, foram encontrados trabalhos que analisavam a própria experiência do cinema e da televisão e outros que relacionavam esta experiência com o turismo e o consumo.

Com isso, tendo por objeto a relação entre a formação e o cinema, ensejou-se a discussão sobre as implicações do filme de animação, em sua função de entretenimento no ambiente familiar, para a formação do arcabouço cultural e seu impacto na subjetividade. Esse caminho foi trilhado sob a égide da Teoria Crítica da Sociedade, que busca compreender a dinâmica das forças subjetivas presentes na sociedade, manifestadas nas relações sociais e nos bens culturais produzidos e reproduzidos.

## 1. A Sociedade Industrial, a Formação Cultural e a Ideologia

O presente capítulo parte da reflexão acerca do processo de formação e conformação da subjetividade na sociedade capitalista, como meio de construir as categorias conceituais que permitirão, no âmbito da Indústria Cultural, apreender os aspectos sociais e psíquicos implicados na reprodução do controle e da administração das relações humanas. Para tanto, deve-se, no escopo da Teoria Crítica da Sociedade e da Psicanálise freudiana, galgar a compreensão dos sentidos da formação do sujeito, de seus processos internos, mobilizados na apropriação subjetiva da cultura. Desde o início do processo de socialização até às articulações entre o desenvolvimento do sujeito e dos bens culturais, dentre os quais o cinema de animação, observam-se os intentos da dominação a se desenrolar por meio da Indústria Cultural.

Uma importante contribuição de Adorno para compreender a sociedade e sua dinâmica foi apresentada por ocasião da conferência inaugural do 16º Congresso dos Sociólogos Alemães, com o título “Capitalismo Tardio ou Sociedade Industrial?”, na qual discorre sobre o lugar da teoria de Marx no estudo da sociedade da época, posto que os mecanismos culturais de dominação superaram o que pensador considerara.

Nesse texto, publicado originalmente em 1968, Adorno (1986a) argumenta sobre a coexistência de duas faces na composição da sociedade moderna. De modo geral, o termo “capitalismo tardio” refere-se aos modos e forças produtivas, firmando modelos específicos de práticas sociais. Já o termo “sociedade industrial” aponta para as relações de produção – que se estabelecem na sociedade devido os modos produtivos vigorantes. A técnica determina o mundo atual; este torna-se progressivamente mais racionalista e providencia maior aplicação das técnicas e tecnologias; esse processo está plenamente estabelecido e é perceptível no grande desenvolvimento objetivo da sociedade atual. Nesse contexto, a relação social definida pelo capitalismo, na qual o trabalho vivo se torna em mercadoria, é naturalizada como modo hegemônico de relação humana. Do mesmo modo, os indivíduos se transformam em mercadoria pela alienação, reificação e fetichização<sup>8</sup> do trabalho e dos trabalhadores. O que está em questão são as condições humanas (relações entre os sujeitos) frente às condições materiais (forças produtivas); há uma tensão entre o universo material objetivo e o universo subjetivo. A ênfase aqui dada à perspectiva das relações humanas e à subjetividade, busca compreender a introjeção das ideologias hegemônicas no universo subjetivo, que age no sentido

---

<sup>8</sup> A esse respeito, ver “Ideologia Alemã” (Marx & Engels, 2001).

de sustentar e reafirmar o universo objetivo, que, por sua vez, provê as ideologias. A formação do indivíduo torna-se, assim, processo fundamental para a produção e reprodução das relações sociais e da cultura sobre as quais se sustenta a condição econômica da sociedade.

### **1.1. Família, Socialização e Ideologia na Sociedade Administrada**

A família é uma instituição social valiosa para a estruturação e manutenção da sociedade capitalista. Ela é a primeira mediadora entre indivíduo e sociedade, promovendo a formação da individualidade e de uma identidade social inicial, que, no decorrer da vida, modifica-se no contato com outras instituições socializadoras. Na condição de mediadora, ela retransmite a ideologia em meio à convivência familiar (Reis, 1994). A família está sob o “ordenamento total determinado pelo sistema de troca e, portanto, pelo racionalismo individual dos homens em seu trabalho” (Adorno & Horkheimer, 1978, p. 137). Assim, ela assume a responsabilidade de desenvolver a socialização básica, inculcando em seus membros, desde a infância<sup>9</sup>, com seu modo peculiar, um conjunto de valores e de papéis sociais já presentes na sociedade. Pelo espaço social que ocupa e as experiências emocionais intensas que propicia, o papel socializador da família emerge proeminentemente com forte atuação ideológica na conformação de cidadãos adaptados às circunstâncias e às demandas da sociedade (Reis, 1994).

A família vincula emocionalmente os indivíduos em um núcleo familiar. Crianças e adultos experimentam a fruição da vida emocional na convivência em família. Nesse espaço privilegiado de experiências emocionais, estrutura-se a vida psíquica dos indivíduos. Desde o início da infância, em que se efetiva a constituição da personalidade, amplia-se a rede de relações da criança com o mundo, o que caracteriza o chamado processo de socialização. Em seu modo próprio de organizar a vida emocional de seus membros, a família permite à criança introjetar um conjunto de padrões, de códigos de conduta e de valores sociais, pela mediação do outro, em geral um adulto. Opera-se a formação do indivíduo, estabelecendo-se os liames

---

<sup>9</sup> A ideia de infância que temos hoje surge paulatinamente a partir do século XVII, concomitante ao nascimento do sentimento de família e o desenvolvimento da educação escolar. Tais mudanças da sociedade mais ampla e da organização familiar efetivam-se com as reorganizações das relações sociais de produção, dadas em uma sociedade que se industrializa nesse período (Ariès, 1981; Miranda, 1994). A infância é um conceito atravessado pela ideologia, posto como um fato natural e universal, mas se trata de um constructo desenvolvido social e historicamente, assumindo características particulares em diferentes momentos da humanidade. Para Adorno & Horkheimer (1978), a infância, como a concebemos hoje, inicia-se com a proibição do trabalho infantil, no século XIX. A partir disso, a idealização da infância como fato natural, cumpre também uma função ideológica, alienando a criança da realidade social em que vive, restringindo as possibilidades de agir no processo produtivo social (Miranda, 1994). Segundo Zanolla (2010), Adorno não descreve uma concepção clara sobre a infância, mas ela pode ser apreendida em algumas obras da Teoria Crítica da Sociedade. Para mais sobre o tema, indica-se a pesquisa dessa autora (Caetano & Zanolla, 2006).

essenciais entre a criança e o mundo social, transformando a ideologia dominante em uma visão de mundo, orientadora do modo de ser, agir e pensar dos indivíduos. Involuntariamente, a família atua como um elo entre os aspectos da realidade social em que vive e os elementos internalizados pela criança na convivência familiar. A partir desse processo, a criança reconhece a si e ao outro numa relação de reciprocidade. Esse processo basilar de socialização da criança é efetuado e reforçado por diferentes agentes socializadores, como a família, a escola e os meios de comunicação de massa, responsáveis pela inserção do indivíduo na sociedade e sua formação (ideológica) como cidadão, ajustado aos interesses sociais (Miranda, 1994; Reis, 1994).

A criança é socializada desde seu nascimento. Entretanto, as categorias de sua socialização antecedem sua existência concreta, pois, mesmo antes de nascer, ajuízam-se a história da sua mãe, de sua família e a classe social em que se inserem. Assim, as condições sócio-históricas estabelecem uma socialização adequada a seu momento. Até mesmo os padrões de comportamento, normas e valores sociais transmitidos pela família refletem sua realidade social, submetida às condições de sua classe social e às ideologias que a sociedade impõe. Não se trata de um processo individual, que acontece “naturalmente” à pessoa, no exercício de uma capacidade natural de se socializar. A socialização não se define primeiro por um estágio de desenvolvimento individual e, depois, social. Ao contrário, posto que a criança está inserida na sociedade, as condições do ser social antecedem o desenvolvimento de suas características individuais específicas, dado o processo de socialização que se impõe à criança exteriormente. Nesse processo continuado de adaptação social, a criança desenvolve algo como uma “personalidade social”, provendo uma identidade a esse indivíduo integrado a sua classe social. (Miranda, 1994).

O processo de socialização não corresponde diretamente ao de integração social. A socialização constitui um processo transformador da condição social da criança, na medida em que estabelece uma relação dialética entre a criança/sujeito e a sociedade. A socialização é um processo necessário de alguma adaptação à vida coletiva; ela também é contraditória na medida em que fornece os elementos que conduzem à integração social, tanto quanto os que dão base para a resistência à dominação social. A integração social estabelece um tipo de adaptação em um processo promotor de inserção de uma criança abstrata no âmbito da sociedade, com características médias generalizáveis e normatizadoras, aplicáveis a todas as crianças, independentemente de suas particularidades. A integração social iguala e normatiza a vida dos indivíduos e estabelece assim os parâmetros ao ajustamento e à marginalidade social, daqueles que não se adaptaram às normas sociais vigentes (Miranda, 1994). A impossibilidade de se

integrar faz do indivíduo um desajustado, um inadaptado. Na convivência com um grupo, o ajustamento social pressiona e repreende os indivíduos para se integrarem, sob a ameaça de ostracismo aos *outsiders* (Adorno & Horkheimer, 1985a; Miranda, 1994). Os agentes socializadores atendem a fins ideológicos ao promover esse tipo de adaptação do indivíduo à sociedade, que, por ser democrática, não impõe a adesão às normas, mas responsabiliza o indivíduo por não se ajustarem (Miranda, 1994).

No processo de socialização é transmitida a ideologia da sociedade administrada e a lógica de seu sistema de trocas e competições. Estas se manifestam na adesão aos esquemas de comportamentos e aos valores sociais, na adoção dos sentidos das coisas e nas relações sociais cotidianas; assim, promove-se a manutenção do sistema de dominação, pela validação (reprodução e reafirmação) da lógica das mercadorias. Na integração à sociedade administrada - tecnicista, econômica e utilitária - esta se vale das ideologias e das mediações afetivas como elementos da modelagem da subjetividade dos indivíduos, naturalizando o modo de ver o mundo e suas relações. Os indivíduos integrados agem a partir da lógica instrumental, irrefletidamente, tanto no âmbito objetivo quanto no subjetivo. De acordo com Adorno e Horkheimer (1978b) a pseudoformação, instituída como o modo de consciência vigente, enfraquece a autorreflexão crítica dos indivíduos e lhes administra a psique, solapando as possibilidades formativas de um sujeito autônomo desde bem cedo na vida.

A integração social, via administração das relações, nega a constituição social e histórica da criança; por isso, nega sua condição de sujeito capaz de interferir na realidade social em que vive. Ela apenas segue as normas que lhe são impostas, assumindo um papel de criança abstrata, em um período de infância idealizada. Vista como a média das crianças da sociedade, a criança integrada à sociedade reproduz o que esta, por processo idêntico, já incutiu em seus pais. Na sociedade capitalista é essencial que seus membros sejam consumidores, independentemente de idade ou classe social. As indústrias – de brinquedos, de educação e de espetáculos (cinematográfica, fonográfica) – tem muito a oferecer às crianças em seu entusiasmo ingênuo (Miranda, 1994).

A criança é submetida, assim, a uma educação que, ao mesmo tempo que estimula o desenvolvimento de suas potencialidades de sujeito autônomo, também apresenta elementos que impedem alçar plenamente essa condição. Na direção de uma integração social, os agentes socializadores conduzem a criança a ocupar um lugar alienado de infantilidade naturalizada. Nesse modo de socialização - que é pseudoformação - se estabelece uma adaptação social com a reificação da consciência. No processo de reificação, a objetividade ilusória e irracional é trazida para o universo subjetivo do indivíduo, tomada como verdadeira e racional; a

subjetividade é objetivada; o indivíduo está diretamente identificado com o que pode ser percebido na realidade social. Isso o impede de perceber e refletir, no decorrer da vida, sobre as contradições e falsidades do discurso ideológico, que foi transformado em visão de mundo, inicialmente pela família, seguida de outros dispositivos ideológicos. Dos modos mais diversos, repetidamente a ideologia será reafirmada e atualizada, especialmente pelos meios de comunicação de massa, tão presentes na sociedade espetacularizada (Resende, 2009).

Adorno e Horkheimer (1978) apontam para o papel da ideologia na constituição da sociedade atual, provendo modos de perpetuar-se ao robustecer o princípio de troca, estabelecendo diversas formas de dependência direta e indireta. Nisso, a sociedade age coercitivamente na modelagem dos indivíduos, que mantêm sua estrutura e seu funcionamento, reproduzindo o que foram ensinados a fazer desde cedo. A família assume um papel de agente socializador por meio da autoridade autocrática dos pais e das mediações afetivas; quanto mais essas figuras estão submetidas às pressões econômicas, mais eficazmente se tornam força de modelagem adaptativa.

A dominação sobre os indivíduos, é exercida dentro e fora da família, bem como na escola. O indivíduo é preparado para integrar-se ao mercado de trabalho e a seus movimentos; sua vida profissional segue caminhos pré-definidos pelo sistema, regulados para atender a suas demandas. Ele também vai adaptar-se ao modelo de relações sociais já estabelecidas, espelhados nas relações de trabalho (Adorno, 1996).

A cristalização é um efeito de estagnação, produzido pela pseudoformação imposta desde cedo, visando a constituir um indivíduo adestrado, aderido aos ditames do sistema. Assim, este busca reconhecimento social por seus préstimos à sociedade; busca aceitação em um grupo reconhecido; busca conseguir a confiança de outros por benesses concedidas. Ele já entende, desde muito cedo, que sem dinheiro, sem poder ou sem prestígio se está à margem da sociedade. A relação de troca impõe uma restrição à liberdade. Na sociedade reificada, a liberdade torna-se uma condição falsa enquanto cada coisa, objetiva e subjetiva, é precificada – portanto, mensurável, comparável e trocável (*Idem*).

Impotente numa sociedade esmagadora, o indivíduo só vivencia a si mesmo enquanto socialmente mediado. Assim, as instituições criadas pelas pessoas são ainda mais fetichizadas: desde o momento em que os sujeitos passaram a se conhecer somente como intérpretes das instituições, estas adquiriram o aspecto de algo divinamente ordenado. O sujeito sente-se [...] mulher de médico, membro de um corpo docente ou presidente da comissão de especialistas religiosos, do mesmo modo que, em outras épocas, alguém podia sentir-se parte de uma família ou de uma tribo (Adorno, 1996, p. 40).

Na vida contemporânea, outro elemento imprescindível a ser pautado é a televisão, objeto praticamente onipresente nos lares, independentemente das condições econômicas da classe social, ocupando lugar de destaque na vida familiar. A televisão, dentre outros meios de comunicação em massa, apresenta repetidamente o discurso ideológico hegemônico, inserindo no contexto familiar outros padrões de comportamento, costumes e valores sociais, heterônomos, eventualmente conflitante com os valores internos do grupo familiar. Essa intrusão se impõe à porosidade da família e infunde os aspectos sociais que se rearranjam conforme os interesses da sociedade. A ideologia dominante permeia todos os espaços sociais e fornece a base para o adestramento ideológico dos indivíduos (Adorno & Horkheimer, 1978a; Reis, 1994).

Nessa relação mediada, em especial na infância, temos a atuação da capacidade mimética. Ela permite reconhecer e produzir padrões de comportamento e valores (Momm, 2006). Nessa aprendizagem imitativa origina-se “o futuro caráter do indivíduo, seus modos de reação e seus padrões de comportamento geral. O corpo inteiro é um órgão de expressão mimética” (Horkheimer, 2000, p. 117). Para esse autor, a mimética é uma faculdade humana imprescindível à aprendizagem, sendo sua relevância evidenciada nas fases iniciais do desenvolvimento pessoal, mas permanente ao longo do tempo e das condições de vida. O indivíduo desenvolve sua maneira particular de ser desde cedo e “só nas fases mais avançadas da infância essa imitação inconsciente se subordina à imitação consciente e aos métodos racionais de aprendizagem” (*Ibidem*). No entanto, mesmo sobrepondo-se os aspectos racionais aos modos mais primitivos e inconscientes, estes parecem sustentar a aquisição de padrões de comportamento pela tradição imitada, causando ainda grande impacto na constituição do indivíduo.

Nesse aspecto, há um problema a ser considerado, relativo à mimese: a civilização e sua cultura erguem-se e se fortalecem com a imitação mútua dos indivíduos. Contudo, o progresso cultural e a educação individual requerem a transformação das atitudes miméticas em racionais: a criança precisa aprender a agir em prol de objetivos específicos, controlando seus impulsos de imitação. Nisso consiste a educação: orientar a criança nessa transformação de si, de modo a se esclarecer. Porém, a educação fica prejudicada quando essa conversão para o racional não é propiciada ou é impedida de realizar-se ou, ainda, quando não são sublimados os impulsos. Ocorre uma educação adaptadora a partir da imitação irrefletida, naturalizada e utilitária, com vistas à integração social, fornecendo as condições para a dominação ideológica. A faculdade mimética, transformada em capacidade adaptativa, é expressão da falsa formação

produzida pela sociedade administrada, na qual todo elemento social - apresentado ou omitido – visa a submeter os indivíduos a sua razão.

A adaptação consciente e o domínio posterior substituem as diversas formas de mimese. [...] Adaptar-se significa fazer-se igual ao mundo de objetos tendo em vista autopreservação. Esse deliberado (como oposto do reflexivo) fazer-se igual ao meio ambiente é um princípio universal da civilização (Horkheimer, 2000, p. 118).

## **1.2. Indivíduo, sociedade e cultura: a formação cultural na perspectiva da Teoria Crítica da Sociedade**

Todo indivíduo nasce em uma sociedade e, portanto, surge imerso em uma cultura, sob o dever de ser um membro desse mundo social humano. A evidência de que a sociedade precede o indivíduo se mostra no processo de constituição deste. Em grupos, desde cedo, o indivíduo é socializado/educado para adaptar-se ao adequado modo de ser, ou seja, são-lhe transmitidas as características físicas e psíquicas valorizadas e desenvolvidas na sociedade. O trabalho, com suas divisões e seus instrumentos, cria condições para a constituição de um modo de ser indivíduo naquela sociedade, com vistas aos modos produtivos que geram valor para a sociedade. Assim, com as práticas sociais que ele objetiva, são definidas as condições da individualidade, que é, ao mesmo tempo, objetiva e subjetiva. Essa individualidade constitui o indivíduo e vai além dele, porque se fundamenta no arranjo organizativo que a sociedade impõe e que produz efeito tanto na esfera social quanto na individual. Observe-se que a individuação não é um processo de socialização que ocorre a um sujeito isolado, desvinculado do meio social. Antes, é um trabalho coletivo de singularizar alguém predominantemente social (Palangana, 1998).

Por meio do processo da formação<sup>10</sup>, o indivíduo se diferencia do seu meio; um campo interno (a subjetividade) se configura em distinção a seu mundo exterior. Na interação com os elementos subjetivos e objetivos presentes nas relações sociais - portanto, mediado pela cultura - dá-se o processo de socialização, no qual a cultura é introjetada (Crochík, 1998). Na formação da subjetividade do indivíduo, estabelecem-se as condições para o processo de individuação, isto é, da singularização dos indivíduos, que se percebem distintos uns dos outros, mantendo, porém, a noção de semelhança que os une. Isso se torna possível porque são as mesmas relações sociais gerais que regem todos os indivíduos (Palangana, 1998). Evidencia-se, então, que “a

---

<sup>10</sup> A formação é um processo mais amplo no qual ocorrem, subjacentes, processos como a individuação e a constituição da subjetividade. A esse respeito, ver “Mensagens numa garrafa” (Adorno, 1996), “*Teoría de la seudocultura*” (Adorno & Horkheimer, 1966) e “Dialética do Esclarecimento” (Adorno & Horkheimer, 1985b).

cultura é meio para a individuação. Esta só pode ocorrer por meio de um projeto coletivo que permita a diferenciação. Por isso, a função da formação cultural é a de socializar para individuar” (Crochík, 1998, p. 71). A individuação alicerça-se na prática social, que guia a formação individual à medida que orienta a expressão e o desenvolvimento das capacidades individuais, mantendo em mira a adaptação aos modos de produção. Essas individualidades, com semelhanças e diferenças entre si, agrupam-se de modo a construir as riquezas e diversidades sociais, culturais e econômicas, inestimáveis à sociedade capitalista (Palangana, 1998).

Assim, o indivíduo é constituído nas mediações sociais que vivencia, sendo, portanto, fundado pela cultura, enquanto a introjeta. A cultura é um produto social e histórico, assim como a subjetividade. Nenhuma está relacionada somente ao contexto recente, mas têm raízes profundas na história da civilização humana (Adorno & Horkheimer, 1966). Na cultura, encontram-se diversas definições que determinam e regulam as relações sociais, alicerçando a constituição de um modo de ser humano e seus modelos de subjetividade valorizados. A própria cultura requer do indivíduo uma adaptação. A individualidade, que se manifesta subjetiva e objetivamente, vincula-se à cultura e constitui o indivíduo à medida em que este se identifica e se diferencia da cultura e dos outros indivíduos (Adorno & Horkheimer, 1966). O indivíduo - idealmente autônomo - seria capaz, então, de interagir com seu mundo - coisas, ideias e pessoas - e, mediado pela cultura, pensar e criticar a própria cultura que lhe possibilitou a formação, sendo capaz de ir para além dela (Adorno & Horkheimer, 1966; Crochík, 1998).

Ao longo desse processo formativo, por intermédio de experiências formativas - isto é, experiências que permitiriam desenvolver as faculdades reflexivas, a percepção das contradições sociais e a capacidade de autocrítica - o indivíduo conseguiria atingir um maior grau de autonomia e liberdade. Assim, estaria capacitado a fazer escolhas, apesar das pressões heterônomas para depender da razão de outrem (Maar, 1995), culminando, por fim, na condição de maioridade, conforme apresentara Kant (1784/2002). O indivíduo é constituído a partir do processo de apropriação subjetiva da cultura numa relação de ambivalência, contradição, resistência e adaptação. A formação se dá no processo da própria vida, na interação e na tensão entre indivíduo e sociedade, sendo base para a assimilação de uma moral coletiva na concepção da moral individual. A disponibilidade do indivíduo para se formar é essencial, mas o que a sociedade oferece e impõe faz toda a diferença na experiência formativa (Adorno & Horkheimer, 1966).

Entretanto, em função da adaptação à sociedade administrada, o indivíduo é impedido de ter experiências que o tornem autônomo e emancipado. O processo de formação é reprimido

em prol dos resultados socialmente esperados, constituindo, assim, a pseudoformação do indivíduo. As mediações sociais impõem representações ligadas à uniformização e à regulação da subjetividade; o indivíduo parece ter experiências que formam sua autonomia, mas se torna falsamente independente, isolado, alienado, angustiado e cativo de um sistema que o mantém heterônomo e docilizado. O sujeito não está livre para pensar e ser. Torna-se, em sua constituição como indivíduo, cada vez mais condicionado a seguir as regulações sociais, a conduzir-se como a sociedade precisa que ele seja. Essa condição, no entanto, é velada e o indivíduo é mantido sob controle, para continuidade da dominação (Ramos, 1999).

Nesse processo, a cultura contemporânea, constituída da racionalidade própria da sociedade administrada, oferece discursos para explicar e camuflar as tensões que comporta em si (seja no âmbito da formação do indivíduo, no da relação deste com a sociedade ou no da distância entre o discurso da ideologia e o que pode ser percebido na realidade). Esse esforço ideológico caminha no sentido de conformar o indivíduo às forças sociais operantes nele e em suas relações; ele é levado a adaptar-se e perpetuar a realidade existente. Contudo, as explicações generalizadas e generalizadoras que a ideologia provê não se ajustam à realidade com a perfeição pretendida e as brechas denunciam as contradições que pertencem à própria cultura e à realidade (Crochík, 1998). A adaptação conduzida pela cultura é um movimento unilateral. A cultura cumpre um duplo propósito ao conformar o indivíduo à vida de sua realidade dada: dociliza o humano mediante sua adaptação ao convívio com os semelhantes e à submissão da natureza (Adorno & Horkheimer, 1966).

O indivíduo e a sociedade se fundem; tornam-se um, numa unidade conciliada que cerceia a liberdade de pensar e de escolher por si mesmo (ser livre e autônomo). Porquanto, a sociedade capitalista se impõe pela socialização radical, obstaculizando o processo de individuação do sujeito; os elementos sociais padronizados, mediados pela cultura, invadem o indivíduo e promovem uma pseudoindividuação que, aparentemente, distingue um indivíduo dos demais, singularizando-o. Porém, os elementos padronizados assimilados tornam os indivíduos iguais, não pela identificação com o universal, mas por elementos particularizados, harmoniosamente conciliados. Assim, produzem-se indivíduos heterônomos e padronizados, profundamente identificados com a sociedade, que sequer suspeitam de estarem subjugados a formas sutis de dominação (*Idem*).

A ideologia da sociedade administrada promove a constituição do sujeito conforme determinados modelos atrelados à racionalidade técnica, à lógica de mercado, à produção massificada, ao consumismo irracional e à reprodução de padrões de comportamentos preestabelecidos pelo sistema. Assim sendo, os indivíduos tornam-se acrílicos, perdem as

capacidades de produção criativa e autônoma, têm suprimidas as liberdades e suas subjetividades acabam tornando-se planificadas, produzindo-se o que Marcuse (1973a) definiu como “o homem unidimensional”, em que todos obedecem aos padrões de ser, agir e pensar uniforme, impedindo qualquer possibilidade evidente de escape.

Sob o controle de dispositivos ou mecanismos de dominação - objetivos e subjetivos - pode parecer que os indivíduos são formados de modo evoluído, socialmente produtivo e harmoniosamente adaptado, mas a repressão social acaba por provocar a regressão a uma condição primitiva (Adorno & Horkheimer, 1966). Regredido em seu narcisismo primário (Freud, 1914/2010a), o indivíduo não se desenvolve para a condição de sujeito autônomo e se afasta da condição de esclarecimento, cuja maioria moral lhe permitiria ser capaz de fazer uso público de sua razão (Kant, 1784/2002). Ele fica preso às forças do mundo social que o invadiram, mantendo-se na menoridade, na qual ele acolhe e reproduz, sem reflexão, a razão externa, isto é, a ideologia hegemônica. Ele experimenta não a condição do sujeito individualizado, mas do individualista; preso em seu individualismo, o sujeito contrapõe-se ao outro e ao coletivo, mesmo reproduzindo os elementos coletivos.

Sem um real processo de individuação, a percepção e a reflexão ficam deformadas, vinculadas apenas às referências sociais impostas ao indivíduo, que não pode pensar livremente, dialeticamente. Incapaz de autonomia, não desenvolve condições para um pensamento crítico ou para uma relação esclarecida com a realidade. Ele será conduzido pelos caminhos de esquemas prontos (estereótipos) que a sociedade lhe impõe e repetidamente lhe apresenta. A tomada de consciência de que não se detém a liberdade e se é dominado de modo imperceptível, seria o primeiro passo e o grande desafio para se iniciar alguma transformação pessoal e social. Segundo Crochík (1998), o esforço para que o indivíduo retome seu processo de individuação deve superar a força contrária do terror da barbárie, experimentado nas mediações sociais estabelecidas.

No entanto, segundo Adorno e Horkheimer (1966, p. 176), “a formação cultural se converte em uma pseudoformação socializada”. Em sua constituição, os indivíduos se apropriam da cultura; esta engendra forças que não tendem a “cultivar” um indivíduo livre e autônomo, pois se institui em uma sociedade administrada e reproduz o modelo de racionalidade técnica e da barbárie instituída. Assim, essa formação cultural - de uma cultura alienada e alienante - visa à dominação e à exploração, atendendo à lógica de mercado, que se estende a todos os âmbitos da vida objetiva e subjetiva dos indivíduos. A pseudocultura promove, por fim, a pseudoformação, em que predomina o aspecto social sobre o individual. É na relação com o outro que um indivíduo se torna humano, mas a própria relação se torna um

tipo de mercadoria. Observa-se, então, na sociedade administrada, a inclinação de toda formação a ser pseudoformação, posto que as relações sociais atuam dentro da racionalidade vigente. A Indústria Cultural é uma expressão dessa racionalidade e, como contribuição ideológica para a pseudoformação, tudo o que se apresenta em seus meios ela faz parecer verdadeiro e natural. Assim, age como uma totalidade: um todo social imerso na cultura massificada, que impede a formação cultural para a emancipação.

Junto ao processo de pseudoformação se dá o processo de pseudoindividação, no qual a identidade que o sujeito estabelece não é uma composição que alia elementos universais e particulares, mas uma identidade constituída predominantemente a partir dos elementos sociais padronizados, que se sobrepõem aos individuais. A padronização do aspecto social dilui a universalidade dos elementos que conectam as experiências dos indivíduos, relevando-se os aspectos particulares em detrimento dos universais. Assim, a sobreposição do particular ao universal se apresenta como um dado absolutizado que organiza e padroniza experiências subjetivas; isso não só mitiga a identificação com o universal como também prejudica a experiência com a esfera particular do próprio indivíduo. Ele é, então, constituído, predominantemente, por elementos sociais padronizados e particularizados que o tornam fechado em si mesmo, individualista, e com uma rasa identificação com outros indivíduos. Enfraquecidos ou apagados, os elementos subjetivos particulares que teriam contribuído para uma identidade integral de um indivíduo emancipado não se efetivam; ganham corpo os elementos subjetivos padronizados apresentados nas mediações sociais e se tem, assim, o processo de pseudoindividação: a constituição de um indivíduo que não se percebe nem numa subjetividade individual, nem atravessado pela racionalidade objetiva da sociedade. A clivagem dessas esferas gera uma tensão que enfraquece o indivíduo e o faz retornar, por meio da regressão, a um estado mais primitivo (Adorno, 1996; Ramos, 1999). A visão que tem de si passa pelos modelos e critérios de fora. Ele não pode se ver como indivíduo em particular, único e diferenciado, mas se torna eminentemente dependente dos elementos sociais com os quais busca se harmonizar. Surge uma identidade massificada e, ao mesmo tempo, individualista. Esse sujeito desenvolve uma concepção de mundo fragmentada, degradada, contingente, sendo campo fértil para a instauração das ideologias que providenciam uma visão harmônica e coerente para o mundo. A pretensa harmonia é repetida e forçada em todas as relações concretas para que o indivíduo se convença dela, mas ele não consegue reconhecer-se na sociedade nem o inverso: está alienado de si e do todo. (Iasi, 2011; Ramos, 1999). Desse modo, na mediação entre sociedade e indivíduo prevalecem as determinações da racionalidade presente no modo social vigente.

A sociedade industrial que, conforme Adorno (1986a), regula os modos de relações sociais, baseadas nos modos de produção, está introjetada nos indivíduos. “A violência da sociedade industrial instalou-se nos homens de uma vez por todas” (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 119). Eles se comportam e se relacionam conforme os parâmetros estabelecidos pela sociedade, que orientam e controlam a objetivação da condição humana frente às condições materiais presentes na sociedade; há constante tensão entre os campos subjetivo e o objetivo. Os indivíduos são preparados, a partir do processo de socialização, com vistas à integração social, para consumir os produtos da Indústria Cultural. Ela não está presente apenas no tempo de lazer e de descanso; o tempo livre é administrado a ponto de se assemelhar ao trabalho, tendo uma necessidade a atender; as atividades “divertidas” precisam ser bem-feitas para aproveitar bem o tempo, o lazer e a vida. Também os produtos culturais são assemelhados ao trabalho, na sua produção e modo de consumo. O sujeito só escapa do trabalho adaptando-se a uma forma dele, enquanto está fora dele, em outro tempo e local; o tempo livre reafirma o trabalho, porque este é sua referência (Adorno, 1995c).

A distinção de um produto na “alta cultura” ou na “cultura popular” se esmaece e a arte e o entretenimento se igualam. A arte perde seu potencial educacional e conscientizador, ao ser transformada em produtos culturais, reproduzidos na fetichização da técnica, que prima por fragmentar e “pré-digerir” uma “cultura de massa”, entregando uma “arte” de consumo fácil para entretenimento das massas, ávidas por novidades reconhecíveis. A referência para o consumo dos bens culturais se pauta no grupo social, não nas características de um produto ou na escolha pessoal (Adorno & Horkheimer, 1985a). Essa educação estética, desvirtuada e empobrecida, contribui para o progresso da barbárie estética, isto é, da inexpressividade estética, não experienciável e regressiva. Tal experiência estética não forma, não conscientiza, não provoca experiências formativas; conforma e colabora, portanto, para a reprodução da alienação, do pensamento administrado e da barbárie. Efetivamente, acaba por formar bárbaros. A “cultura de massa” é uma contradição e um engodo; ela não é cultura (arte), mas uma mercadoria catalogada como cultura; nem é produzida pelo povo, mas para as massas (Matos, 1993). Na medida em que se aglutinam sob o cabeçalho de “cultura” toda a catalogação, classificação e estatística - referentes aos produtos, públicos, estilos, padrões, clichês etc - estabelece-se a barbárie estética. Ela desagrega e paralisa “as criações do espírito” (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 123) ao tornar a cultura uma propriedade da administração, disponível para a industrialização e a circulação mercadológica. O que ela faz não é adiar a formação de uma consciência autônoma em relação ao desenvolvimento da técnica, mas impedi-la pelo

processo de reificação; a consciência reificada é um subproduto da lógica do capital na Indústria Cultural, da qual a barbárie é um elemento constitutivo e seu efeito.

A Indústria Cultural, por meio da padronização dos bens e da produção em série, removeu elementos que diferenciavam a lógica da obra de arte da lógica econômica/capitalista do sistema social (Benjamin, 1987a). A obra de arte - antes com uma função social própria - é reduzida a uma função meramente econômica. A eficiência dessa transformação se dá no controle que a própria consciência individual exerce na seleção das necessidades que identifica (ou com as quais se identifica).

“A cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança. O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto”. (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 113). Todo o estilo de vida urbano e civilizado é possível somente pelo progresso técnico. Os agentes sociais constituem e regulam os indivíduos para viverem esse estilo de vida como expressão da liberdade de escolha. De fato, a liberdade é solapada pelos aparatos oferecidos e pelo sistema de troca; as normas e os valores sociais regulam suas vidas sob o domínio irrestrito do capital. Essa consciência individual, individualizada e individualista, é formada na cultura, já mencionada, preparando os indivíduos para a manutenção da sociedade tal qual está organizada.

### **1.3. O processo de formação da consciência e a ideologia**

O processo de socialização engendra a formação da consciência. Desde o nascimento os indivíduos são dependentes de outros. Sua sobrevivência, assim como sua socialização, ancora-se nessas primeiras relações sociais no cerne da instituição familiar. As percepções básicas dessas experiências levam o indivíduo a conceber a si mesmo, ao outro e ao mundo. “É na interação com o mundo exterior que se forma o psiquismo, a estrutura básica do universo subjetivo do indivíduo” (Iasi, 2011, p. 16).

A consciência se desenvolve, dialeticamente, a partir das mediações sociais que o indivíduo estabelece. Cada movimento seu traz elementos que permitem o avanço para um próximo momento e outros subsequentes, assim como traz também os elementos que a mantém em sua forma atual. Sendo um processo, a consciência está em movimento e assume formas transitórias. Ela não é algo que é, que está dado, mas que se torna, que se transforma. Esse processo é, ao mesmo tempo, individual e coletivo; o indivíduo experimenta, na esfera particular (subjetiva), o desenvolvimento e a superação de sua concepção de mundo a partir das relações sociais que estabelece, inicialmente na família, depois em outros grupos sociais,

institucionalizados ou não. Na formação da consciência, o individual e o coletivo se contrapõem e, ao mesmo tempo, formam uma unidade harmonizada, que não coincide totalmente; nessa conciliação de esferas de consciência as particularidades sintetizam um conjunto: a consciência de classe (Iasi, 2011).

Os agentes socializadores atuam conjuntamente na formação da consciência do indivíduo, mediando e representando elementos da sociedade. O grupo familiar transmite a visão de mundo e os valores sociais vigentes a seus membros, iniciando o processo de socialização. Por sua vez, a escola tem amplo papel na formação do indivíduo, que terá contatos relevantes e diversificados que trazem novos elementos para a consciência individual, sempre em movimento formativo. Assim, o indivíduo, inserido desde sua gênese na sociedade, está sendo gradualmente preparado para um adequado ajustamento social. Ele é socializado pelos que já foram socializados. Segue-se uma “linhagem”, que faz crer na “naturalidade” de todo esse processo. Se essa é a forma natural de ser sociedade – isto é, a sociedade foi, é e será assim –, é natural submeter-se e seguir as normas, valores e modelos dados (Iasi, 2011; Miranda, 1994).

As regras interiorizadas – em forma de disciplina e por meio dela – transformam o indivíduo em cidadão<sup>11</sup> disciplinado e adaptado ao modo de ser social vigente. A família é determinada por seu contexto econômico e atividades de produção. A consciência de classe (coletiva, objetiva) da qual faz parte oferece orientações universalizadas. Essa configuração antecede o nascimento de cada membro da família e a própria firmação desta. Desse modo, a família reproduz o modo de relação estabelecido pelo sistema de trocas - as condições objetivas na qual se insere a família. Na mediação que exerce, ela concretiza, reproduz e reafirma as bases - objetiva e subjetiva - para a ideologia (Iasi, 2011; Miranda, 1994; Reis, 1994).

A consciência, uma representação subjetiva da própria vida, é uma construção histórica; sua constituição inicia-se nas relações mais próximas do indivíduo, em geral a família. Na primeira forma da consciência – a consciência de si –, o indivíduo interioriza elementos sociais – uma realidade externa a si – mediado pelas relações vividas; é um movimento dialético basilar da constituição do indivíduo. “A consciência seria o processo de representação mental (subjetividade) de uma realidade concreta exterior (objetiva), formada neste momento, por meio

---

<sup>11</sup> Estes dois termos são ideológicos, ou seja, adquirem seus sentidos em um determinado momento histórico e cumprem uma função dentro da razão da sociedade capitalista. A esse respeito, ver “Sobre a questão judaica” (Marx, 2010) e “Individualidade: Afirmção e Negação na Sociedade Capitalista” (Palangana, 1998).

de seu vínculo de inserção imediata (percepção). Dito de outra maneira, uma realidade externa que se interioriza” (Iasi, 2011, p. 14).

Assim, formada essa primeira manifestação da consciência<sup>12</sup>, o indivíduo passa a compreender o mundo a partir de seu vínculo imediato e particularizado, generalizando-o. Tomando a parte pelo todo, a consciência expressa-se como alienação. [...] Esta forma [da consciência] será a base, o terreno fértil, onde será plantada a ideologia como forma de dominação. [...] A lógica imposta pelo capital (externa), interioriza-se e nós mesmos nos levamos ao mercado para sermos esfolados (*Idem*, p. 20).

O que o indivíduo vive por meio de suas relações sociais é percebido como uma totalidade, ou seja, o que ele experimenta representa toda a vida da família. Esse momento destacado do movimento histórico faz parecer que o modo como é sua família denota como ela foi e continuará sendo, assim como seriam todas as demais. A consciência se forma nesse recorte temporal, tendendo a tomar a vivência parcial como a correspondente do todo - o processo de ultrageneralização. O indivíduo também recebe informações transmitidas por outros agentes sociais, isto é, que não são de sua própria vivência imediata. Tais informações são apresentadas como um conhecimento dado; são a síntese de um pensamento elaborado, entregue prontamente ao indivíduo para compreender a si, suas ações e suas relações. Isso contribui para a construção da concepção de mundo do indivíduo (Iasi, 2011).

Conforme ensina Crochík (1998), no processo de formação da subjetividade, os elementos externos interagem com os internos. Adorno e Horkheimer (1966) explicam o processo de interiorização da cultura, que se estabelece efetivamente como pseudocultura. O indivíduo e a sociedade se unem gradualmente, à medida que esta adentra a subjetividade daquele, infundida sutilmente no processo de individuação, impedindo justamente a plena individuação. A introjeção da cultura promove a constituição da subjetividade. A cultura sustenta tanto elementos de uma cultura administrada, na lógica da sociedade capitalista, quanto elementos que transcendem essa condição objetiva. A cultura em si serve à formação do indivíduo; contudo, quando assume um aspecto mercadológico ela prejudica a formação autônoma do indivíduo, ou seja, promove a pseudoformação. Dessa unidade conciliada entre o indivíduo e a sociedade, forjada sem restrições, não resulta um indivíduo melhor, mas alguém que assimila, se conforma e reproduz a barbárie socialmente instalada. A identidade desse indivíduo adaptado não se encontra com o universal, mas se fixa no particular absolutizado, no qual o universal dilui-se e desvanece. Desse modo, não é um indivíduo emancipado que está se

---

<sup>12</sup> Iasi (2011) explica a formação da consciência, passando por três momentos: a consciência alienada, a reivindicatória e a revolucionária. Para os fins deste trabalho, apenas a primeira forma de consciência é explorada.

formando, mas um alienado de si, dependente em todos os aspectos das indicações sociais que a cultura lhe oferece.

[...] a consciência é gerada a partir e pelas relações concretas entre os seres humanos, e desses com a natureza, [esse é] o processo pelo qual, em nível individual, são capazes de interiorizar relações formando uma representação mental delas. A questão se torna mais complexa, na medida em que essa representação não é sempre o reflexo da materialidade externa que se busca representar na mente, mas, antes, a captação de um concreto aparente, limitado, uma parte do todo e do movimento de sua entificação” (Iasi, 2011, p. 14).

A dominação social se produz e se reproduz por meio da alienação; esta não é um estado de não-consciência, mas sim um processo real, algo que se faz concretamente, uma condição da consciência. Grosso modo, nesse processo, o ser humano se distancia de seu trabalho, de si mesmo e da humanidade, não se identificando com ele; por essa desidentificação não consegue se conceber como sujeito autônomo - agente que produz em sua realidade. Ele se entende como um reprodutor do que existe, isolado de seu trabalho, tornando-se uma mônada integrada, uma peça da engrenagem de um sistema. Com isso, não compreende o todo, nem seu próprio lugar. Suas atividades e relações sociais não o humanizam, ao contrário, o coisificam, levando-o a produzir ação sem um sentido, reafirmando as relações de dominação. “As relações sociais determinantes, baseadas na propriedade privada capitalista e no assalariamento da força de trabalho, geram as condições para que a atividade humana aliene em vez de humanizar” (Iasi, 2011, p. 21).

Segundo Ramos (1999), não é somente de seu lugar de sujeito que o indivíduo se aliena, mas também de sua responsabilidade e atuação na realidade. Desde o início, a subjetividade é levada a adotar os elementos da sociedade, as ideologias pessoais e sociais se coincidem e eliminam as contradições. Criam-se falsas necessidades, atendidas prontamente pelos mercados. Sem contradições, não se faz reflexão e impede-se o esclarecimento, não há tensão entre indivíduo e sociedade. O mercado e a sociedade impelem à conservação; preferem que nada mude ou apenas o suficiente - requerido pela Indústria Cultural. Tais mudanças e movimentos são anunciados pelas propagandas e produtos para meios de comunicação de massa. Estes declaram o que mudou e pedem a atenção e adesão dos consumidores, que entendem o que precisam agarrar para estarem incluídos. Assim, os indivíduos, socializados como consumidores, mantêm-se distante de tensões desagregadoras com a sociedade. A denúncia do desajustamento social do indivíduo é o modo de trazê-lo de volta ao fluxo social e/ou defender os demais de suas atitudes “antissociais”. Isso evita o enfrentamento dos ditames sociais e psicológicos. Nota-se que se estabelece “uma alienação ‘na’ realidade e não ‘da’ realidade” (p. 2). Verificar as contradições dos fundamentos que formam e

determinam um objeto é essencial para o esclarecimento dos indivíduos, interrompendo a cristalização dos padrões alienantes. O sujeito não está livre para pensar e ser; ele é condicionado em sua constituição, conduzido para ser e pensar como a sociedade quer e precisa que seja. É escondida dele essa condição, mantendo-o sob controle para dominação, numa sociedade administrada (*Idem*).

A alienação se expressa na subjetividade da consciência como consciência alienada, que estabelece um solo propício ao assentimento das ideologias. Nessa condição ela consolida uma importante força afetiva, suportando psicologicamente as identificações com determinados modelos sociais. A ideologia<sup>13</sup>, trazendo elementos externos para dentro da consciência, encontra os indivíduos disponíveis subjetivamente e neles submerge, para que se estabeleça e se reproduza. “A materialidade dessas relações produtoras da alienação é expressa no universo das ideias como ideologia. São, nas palavras de Marx, relações materiais concebidas como ideias” (Iasi, 2011, p. 22).

As relações familiares já reproduzem as relações de trabalho e, assim, preparam seus membros para atender tais valores sociais, dados por naturais e verdadeiros. Os vínculos afetivos favorecem a internalização de elementos ideológicos e fazem parte da composição da consciência do indivíduo socializado. Ele é levado a identificar-se com as ideias dominantes, num processo adaptativo mediado pela identificação psicológica com os indivíduos com os quais se relaciona e que as representam. Assim, o indivíduo se adapta à lógica da sociedade, manifestada nos valores, normas, modelos e comportamentos. Tal ideologia é constantemente reafirmada nas relações concretas assumidas pelo indivíduo nos grupos sociais em que se insere, incluindo as mediações dos meios de comunicação de massa (Iasi, 2011; Miranda, 1994).

A ideologia é uma visão de mundo estabelecida a partir das condições objetivas da sociedade, também expressas nas relações sociais dominantes. Em se tratando da sociedade capitalista, deve-se abordar a questão a partir de um conjunto de características instaladas, por ela asseguradas: que a riqueza seja socialmente produzida, mas acumulada privadamente; que seja estimulada a compra e venda da força de trabalho (assalariamento); e que seja permitida a propriedade privada dos meios de produção fundamentais à manutenção da vida e da sociedade.

---

<sup>13</sup> Superficialmente, a ideologia poderia ser concebida como um conjunto de ideias explicativas sobre o mundo e seu funcionamento, ao qual pessoas desinformadas ou submissas aderem. Essas ideias pobres ou nocivas seriam divulgadas por certos meios de comunicação de massa ou determinados grupos manipuladores. Tal compreensão levaria a pensar, equivocadamente, que alguns indivíduos não estariam vinculados à nenhuma ideologia, ou ainda que uma ação contra a má ideologia seria simplesmente substituir ideias ultrapassadas ou claramente tendenciosas, por ideias novas e melhores (Thompson, 2011).

Sem esse quadro em mente, cai-se na armadilha de naturalizar a atual forma da sociedade, retirando do contexto as ações de forças e as presenças e ausências de nexos constitutivos do momento histórico (Iasi, 2011).

O conjunto de valores e modelos de comportamentos que constituem essa visão de mundo tendem a manter o *status quo*, definindo práticas e discursos alienantes. A alienação não está apenas na desvinculação dos indivíduos da realidade, criando uma falsa consciência, mas também se dá na naturalização da realidade como ela se apresenta imediatamente - contribuindo com a produção da ideologia. Ou seja, por negar a história dos elementos sociais, promove o distanciamento dos homens de sua realidade e prejudica, assim, a tomada de consciência das contradições sociais. Essas ideias dominantes são impostas a toda sociedade por meio das instituições sociais e meios de comunicação de massa, como a forma natural e correta da sociedade constituir-se e sustentar-se. A visão de mundo hegemônica apresenta um mundo coerente, harmônico, funcional, natural; ela funciona como um véu que esconde as contradições dessa sociedade e seus mecanismos de manutenção das condições atuais de dominação – na qual a classe dominante mantém-se no poder, explorando e acumulando capital. Segundo Iasi (2011),

Quando, numa sociedade de classes, uma delas detém os meios de produção, tende a deter também os meios de universalizar sua visão de mundo e suas justificativas ideológicas a respeito das relações sociais de produção que garantem sua dominação econômica (p. 21).

Desde o início da vida do indivíduo, a visão de mundo hegemônica é inculcada na forma de valores sociais e modelos de comportamentos, pelo processo de socialização, transmitidos e reafirmados nas relações afetivas vivenciadas nos diferentes grupos sociais. O indivíduo, inicialmente, assume uma visão de mundo ao se identificar com os indivíduos mediadores com os quais se relaciona. Freud (1921/2011) aponta para a existência de uma figura central em um grupo que atua como referência ou catalisadora das identificações dos membros do grupo; esse processo se sustenta no narcisismo que leva o indivíduo a aproximar-se do que se parece consigo mesmo. Assim, é a partir da carga afetiva da identificação com os indivíduos-referência que as ideias são acolhidas, assimiladas e reproduzidas. É nas “relações de identidade com os outros seres humanos, seus modelos, que a pessoa em formação assume valores dos outros como sendo os seus” (Iasi, 2011, p. 24). Desse cenário também se poderiam aproximar as colocações de Horkheimer (2000) sobre a importância da mimese no início da vida para uma adaptação social; entretanto, posteriormente, a atitude imitativa deve agregar ao modo racional de aprender e para esta ceder o lugar principal. Com isso o indivíduo teria condições de criticar a visão de mundo que recebeu e até aderir a outras possibilidades. Para isso, contudo, precisa

ter desenvolvida a capacidade de crítica e autocrítica, na expressão da condição de liberdade. Outro fator importante é a contrapartida entre as experiências afetivas e sua objetivação nas relações sociais, reafirmando a visão de mundo. “Essa universalização da visão de mundo da classe dominante se explica não apenas pela posse dos meios ideológicos e de difusão, mas também, e fundamentalmente, pela correspondência que encontra nas relações concretas assumidas pelos indivíduos e classes” (Iasi, 2011, p. 21).

A ideologia tem divulgação ampliada por intermédio dos bens culturais distribuídos pelos meios de comunicação de massa, como o rádio, a televisão, o cinema e a internet. A Indústria Cultural, ao ofertar uma cultura produzida industrialmente, manifesta a regressão do esclarecimento. O avanço racional e técnico da sociedade não leva necessariamente ao esclarecimento que conduz à maioria do humano; o progresso técnico acaba por privilegiar modos mais eficientes de exploração e acúmulo de capital, mantida a dominação sobre os indivíduos. Tem-se aí um pseudoesclarecimento, baseado sobretudo no cálculo estatístico, nos padrões de eficácia e na técnica de produção e difusão de bens culturais. Tal modo utilitarista da razão funda-se na pseudoformação dos indivíduos, obstaculizando a experiência com o potencial formativo dos bens culturais (Adorno & Horkheimer, 1978b, 1985c).

Essas ideologias de dominação e os padrões sociais exigidos para a integração social do indivíduo permeiam as relações interpessoais, impregnando já no campo subjetivo do indivíduo um padrão de relação baseado na lógica de mercado, no narcisismo e no espetáculo (Adorno, 1996). A ação deformativa da Indústria Cultural atinge os níveis mais profundos, atuando na experiência formativa, transformando em mera vivência o contato com o objeto. Assim, engendra a ideologia dominante, impedindo o desenvolvimento da autonomia do sujeito e sua formação para a emancipação. Por meio dos produtos culturais, fabricados sob a égide da técnica, a Indústria Cultural proporciona uma educação na qual as pessoas são estimuladas a assumir modos específicos e modelos padronizados de relações sociais (Maar, 1995).

A dominação da sociedade se amplia e sofisticada por intermédio dos meios de comunicação de massa. Os bens culturais da Indústria Cultural promulgam as promessas de felicidade, inclusão e satisfação, além da instilação do medo e de ameaças. A lógica tecnicista utiliza os conhecimentos disponíveis para obter resultados produtivos e econômicos (Adorno & Horkheimer, 1985a). Na dominação da natureza, de si mesmo e do outro alimenta-se a racionalidade com seu foco voltado à produtividade e à lucratividade, perfazendo uma exploração irracional dos recursos e o estabelecimento reificante das relações sociais.

A sociedade capitalista está em constante movimento para realinhar-se às ações produtivas que ela mesma modifica. A visão de mundo assimilada modifica-se juntamente com

as transformações materiais que acometem as estruturas e as relações produtivas. Tais transformações são essenciais para a manutenção da sociedade capitalista. A ideologia não é meramente uma complementação explicativa dessas ações; enquanto se manifesta objetivamente nas realizações sociais, também é uma representação mental que reúne elementos desconectados ou mesmo contraditórios, fornecedora de uma perspectiva elaborada e eficiente que dá sentido para os arranjos sociais que se formam. Nessa dupla condição, ao mesmo tempo em que é necessário para a ideologia que as forças produtivas se movam progressivamente adiante, é igualmente importante que as relações de produção se conservem essencialmente as mesmas, mantendo suas expressões e justificativas ideológicas. A discrepância entre essas esferas é a base da crise ideológica, que permite modificar a visão de mundo interiorizada. “A primeira forma de manifestação dessa contradição não é ainda superação da alienação, é mais uma forma transitória que se expressa de maneira mais nítida, no estado de revolta” (Iasi, 2011, p. 28).

Surpreendentemente, no próprio movimento constante em busca da harmonização, “a relação dialética entre as relações concretas assumidas e suas representações ideais permite-nos superar a visão mecânica que busca compreender o universo ideológico como reflexo” simples da família e das relações de trabalho (*Idem*, p. 26). Em cada fissura que evidencia as contradições da realidade apresentada, há as possibilidades de crítica e esclarecimento. A ação anti-ideológica não consiste meramente na substituição de ideias, mas em trazer à consciência essa forma contraditória e dominadora em que está fundada a sociedade, promovendo uma transição evolutiva da consciência para uma forma crítica e emancipada. Ninguém está livre de ideologias; não é possível isentar-se de todas as ideologias internalizadas. Todo humano é constituído imerso nas ideologias hegemônicas. A questão não é apenas livrar-se delas ou escolher as melhores, mas ter a condição de criticá-las e criticar também os valores sociais internalizados (autocrítica), assim como as objetivações sociais das ideologias. As relações de dominação impedem o desenvolvimento da autonomia do indivíduo e, portanto, opõem-se ao comportamento ético que requer justamente a autonomia do pensar para que o sujeito faça a crítica, tome uma decisão e aja eticamente no mundo (Resende & Roure, 2012).

#### **1.4. A Experiência formativa e a pseudoformação: o lugar dos bens culturais na formação humana**

É na experiência (por meio da interação com o outro, consigo e com o mundo) que o indivíduo se constitui como tal; ela fomenta e amplia a consciência de si e do mundo,

permitindo o desenvolvimento dos atributos e capacidades humanos. Contudo, conforme análise anterior, na configuração da pseudocultura na modernidade, e com o auxílio dos meios de comunicação de massa, as mediações promovem a deformação ao invés de formação humana. A experiência formativa requer tempo e repetição das mediações, a fim de que o particular e o universal sejam dialeticamente refletidos na experiência, trazendo elementos diferentes à consciência sobre a realidade objetiva e subjetiva. Novas possibilidades de subjetivação permitem frestas de percepção das contradições, oferecendo possibilidades (idealizadas) de desenvolver a autonomia e a emancipação do indivíduo. A educação e a estética são essenciais nesse caminho.

A adaptação do indivíduo à sociedade inicia-se na infância. A criança não dispõe de recursos reflexivos para fazer a crítica de suas experiências; ela apenas assimila as experiências das mediações sociais e o que os produtos culturais oferecem como entretenimento e instrução, por meio de uma experiência estética administrada (Zanolla, 2007).

Os frankfurtianos propuseram-se analisar a sociedade contemporânea - industrial e administrada. Ela se evidencia na cultura, entre outros âmbitos, produzindo um modo de subjetividade adequado à racionalidade utilitária, à lógica de mercado e à integração à totalidade. O pensamento é submetido às questões do mundo exterior levando o indivíduo a se indiferenciar da realidade concreta, ou seja, a subjetividade e a objetividade se integram, promovendo uma adaptação mais ampla e automática, aparentemente harmoniosa. Esse cenário é o resultado do processo pseudoformativo dos indivíduos, que suprime a consciência das contradições sociais e impede a reflexão da experiência e da autocrítica, fundamentos para a constituição autônoma e emancipada do ser humano. Uma experiência que seja formativa não deve promover a identificação entre objetividade e subjetividade, ou seja, uma adaptação entre a realidade e o pensamento não deve ser o objetivo ou resultado da formação que se pretenda formativa. Esse modo de formação busca transcender o que está dado na realidade, como absoluto ou natural. O estranhamento faz parte da formação autônoma, e o contrário, a cordata familiaridade das coisas, promove uma formação que não faz o indivíduo aberto ao espírito do esclarecimento, pois busca o mesmo já conhecido e com ele se satisfaz. A consciência alienada, atrofiada, contida pela força da racionalização progressista, aceita a identificação entre a realidade e o pensamento como natural, esforçando-se para manter tal harmonia aparente; reificando-se, a consciência se encaminha para a adaptação à totalidade genérica vigente (Neuvald, 2015).

A experiência formativa é o resultado de um processo auto-reflexivo, ou seja, forma o sujeito em sua subjetividade e objetividade a partir de seu contato com a realidade externa

(cultura) e da experimentação de seu mundo interno; a tensão entre essas dimensões estabelece uma identidade para o sujeito, em um processo de individuação, isto é, de tornar-se um indivíduo singular. Nessa condição, ele estaria diferenciado da sociedade, mas dela não desvinculado; seria capaz de socializar-se com seus pares e interagir com seu mundo externo, mantendo sua noção de singularidade. Entretanto, as forças sociais levam-no a integrar-se socialmente, em uma reconciliação forçosa consigo mesmas, impedindo sua plena individuação (Crochík, 2010).

A experiência formativa é dialética na medida em que a experiência se realiza em um processo de mediação no qual o indivíduo se relaciona com um objeto (concreto sensível) e apreende um conteúdo de verdade da experiência. Assim, ela conduz à autonomia e à emancipação, posto que o sujeito alcança a realidade concreta, produz seu conhecimento sobre ela e se torna experiente: efetivo na construção de sua história, no decorrer da experiência (Maar, 1995).

Para Adorno (1995a), a experiência estética - que alcança os sentidos, permite o conhecimento sensível da realidade, provoca reflexões e promove abertura para acolher a alteridade - é um eixo crucial que engendra a constituição de autonomia e emancipação do sujeito. O empobrecimento da experiência (Benjamin, 1987b) e a reprodução técnica da obra de arte (Benjamin, 1987a) invocam a pseudoformação, no decaimento da formação humana.

Apenas por meio da experiência estética o indivíduo pode abrir-se para a formação autônoma, resistindo à integração com a totalidade absolutizada, favorecendo novas possibilidades de experiências éticas, abertas à alteridade. A experiência sensível se dá no momento empírico da experiência, em que os elementos sensíveis do mundo invadem a consciência. Isso propicia ao indivíduo a sensibilidade e a autocrítica pelas quais ele pode diferenciar-se de seu contexto objetivo. Essa *des-integração* permite uma *re-organização* da consciência. A experiência formativa, ao mesmo tempo que promove um abastecimento da consciência, também a demanda tonificada; advém da consciência o processo de diferenciação, que também incrementa consciência ao indivíduo. Em seu relacionamento com o mundo, o indivíduo não busca conciliar-se harmonicamente com ele, mas interage de modo interrogativo e negativo com seus conteúdos, evitando a reificação e a fetichização destes. A consciência caracteriza-se no sujeito por este ter, em sua consciência, as representações do mundo objetivo; a partir disto, o sujeito não se restringe à reatividade em sua interação com os objetos, mas lhe é possível a ação refletida, indo além da objetificação destes (Adorno & Horkheimer, 1985c).

No mundo interno do indivíduo, as experiências encaminham o processo de constituição da subjetividade, implicando a transformação do sujeito no decurso do contato com o objeto na

realidade. Sendo a experiência um processo auto reflexivo, o indivíduo pode refletir sobre si mesmo e sobre seu mundo, a partir da relação que estabelece com um objeto concreto. A emancipação vem de aprender e refletir sobre si e seu mundo, de transformar-se dialeticamente por meio da reflexão crítica e autocrítica. A experiência formativa exige tempo de mediação e continuidade do contato, em movimento antagônico à superficialidade, ao imediatismo e à fragmentação da racionalidade formal e coisificada. O ritmo acelerado em que as experiências são oferecidas pela Indústria Cultural também caracteriza a fugacidade da interação e impedem o processo de formação cultural e subjetiva do indivíduo, reproduzindo a pseudoformação. O contato meramente adaptativo não permite aprendizagem e formação, apenas um modo de consumo e conformação (Adorno & Horkheimer, 1985c).

O indivíduo, no processo de formação, pode experimentar a fragmentação da experiência, o uso utilitário da razão, a força condutora para a conformação. Essa pseudoformação constitui um indivíduo dominado, subjugado pela lógica da mercadoria, não esclarecido, conformado, consumidor. Outra possibilidade no processo de formação da subjetividade é a experiência formativa que conduz à formação do indivíduo autônomo, livre, crítico, consciente, esclarecido, capaz de consciência e conduta ética (Resende & Roure, 2012).

A experiência transformadora trata de ser o contraponto à falsa formação humana, pela qual se compõe a identidade firmada na heteronomia construída pela Indústria Cultural. As experiências oferecidas para uma falsa formação aparentam dar condições ao indivíduo de compreender sua realidade, mas contribuem, de fato, com o impedimento ou deterioração da formação, gerando a reificação da consciência do sujeito (Maar, 1995).

O sujeito é constituído, em sua subjetividade, a partir de suas experiências. Por meio das experiências formativas ocorre o processo de individuação, no qual o indivíduo se concebe singular e autônomo. Ele pode, então, lidar de forma autônoma com a realidade externa, com a objetividade do mundo externo. (Maar, 1995). Na sociedade contemporânea, porém, os indivíduos não são realmente individuados. Como expressão de sua pseudoindividuação, os indivíduos buscam coisas - aparentemente diferentes - que os distingam de seus pares, mesmo acabando iguais, identificados nas mesmas mediações sociais que regulam a todos. O verdadeiro processo de individuação permite que o sujeito tenha consciência das manipulações e contradições da dominação, pode reconhecer mecanismos sociais de controle, que o isolam de si mesmo e de outros indivíduos, direcionando-o ao exterior de si, para o consumo irrefletido. A reflexão crítica que se funda na individuação permite tal reconhecimento, mesmo que não se possa sair de debaixo desses controles externos. Em contraponto ao pleno desenvolvimento desta capacidade de reflexão, entre outros elementos, encontram-se a educação administrada e

a precarização do processo de individuação do sujeito, que prejudicam conscientização e o esclarecimento das condições que o envolve (Adorno & Horkheimer, 1985a).

A formação crítica propicia a recusa persistente do existente naturalizado, descolado de uma realidade concreta e histórica. Pela via da resistência e da contradição, o sujeito pode criticar essa mesma cultura que o constitui, percorrendo um caminho marginal ao imposto pela indústria cultural (Maar, 1995).

A pseudoformação é esse processo de debilitação da capacidade crítica e reflexiva do sujeito, sustentado pela pseudoindividuação e a consciência reificada (Zuin, 2001). A pseudoformação se dá no atravancamento e na deturpação das experiências. O sujeito não apreende a realidade nem se percebe como um ser histórico. Ele perde as bases para desenvolver um pensamento reflexivo quando é levado ao contato superficial, imediatista e utilitário com os objetos da realidade; sua formação é anulada em favor da integração, ou seja, interessa que ele siga as orientações - heterônomas - e se ajuste às expectativas sociais; sua experiência o deforma por ser imediatamente controlada por ideologias de dominação, ajustando e integrando o sujeito à sociedade administrada (Maar, 1995).

As forças do mundo administrado obstaculizam a experiência formativa organizando, regulando e uniformizando as experiências, oferecendo elementos estéticos que compatibilizem com o projeto social vigente. No processo de ajustamento civilizatório pelo qual é submetido o indivíduo desde cedo, sua subjetivação é organizada de modo a distanciar o pensamento do objeto, como se fossem instâncias distintas. Seu trato com o objeto lhe propicia um conhecimento utilitário e imediato; a razão formal atribui função matemática ao pensamento, vinculando-o ao pragmatismo; o conhecimento se torna abstrato e reificante e a reflexão, controlada (Adorno & Horkheimer, 1985c). A razão instrumental<sup>14</sup> e o processo de socialização imprimem, desde a primeira infância, a renúncia à fantasia e o sufocamento da espontaneidade, reafirmando as condições da ação deformativa que o esforço civilizatório da socialização produz nos indivíduos (Adorno, 1995c). Adorno e Horkheimer (*Idem*) propõem, ainda, que a reflexão livre é a resistência do pensamento que insiste em não se render à razão instrumental e totalizante; ela atua como uma projeção consciente que intenta conhecer um objeto, estabelecendo uma interação entre o universal e o particular - ou seja, uma experiência, nos termos benjaminianos (Benjamin, 1987b). O pensamento adaptado suprime a autocrítica e favorece a indiferenciação entre si e a realidade. Formas reativas estabelecem-se como modo

---

<sup>14</sup> A esse respeito, ver “Meios e Fins” (Horkheimer, 2000).

de interação e o indivíduo fica inapto às experiências formativas, visto que ficam distantes do mundo subjetivo e indiferentes aos elementos sensíveis do mundo objetivo. O que o indivíduo percebe e o que deseja assemelham-se, reafirmando o êxito de sua integração e culminando na pseudoindividuação (Adorno & Horkheimer, 1985c).

Benjamin (1987b, 1994) descreve o indivíduo constituído na modernidade, pobre de experiência, a caminho de tornar-se um autômato, agindo mecanicamente, destituído de memória, reflexão e sabedoria. O trabalho assume uma função primordial em sua vida: vender sua força de trabalho é seu meio de sobrevivência. O entretenimento da Indústria Cultural tem importante papel na manutenção do trabalhador em condições de trabalhar, posto que oferece o alívio de que precisa em seu tempo livre para se desligar do trabalho, recompor-se e estar pronto para retomar o esforço laboral (Adorno, 1995c). Para Benjamin (1987b), a sociedade moderna intensificou a degradação da experiência a partir das grandes guerras, assolando da tradição e promovendo uma nova fase da barbárie, sucedida na pobreza de experiência, que impulsiona o bárbaro a seguir em frente, constantemente, a não desviar-se de seu caminho, a começar de novo e não se apegar ao que foi; ele é estimulado a viver na escassez travestida de abundância: deve bastar-se com o pouco que a experiência empobrecida fornece e, então, buscar algo mais, algo novo.

Essa experiência, quando bloqueada, produz a pseudoformação; o processo formativo é “abafado” (desvirtuado), saltando diretamente para os resultados finais (a síntese); visando à praticidade produtiva, o sujeito perde o processo potencialmente formador e ganha os fins, pela integração imediata e controlada, como se estes fossem independentes e isolados do processo. A pseudoformação se dá quando a experiência formativa é interrompida e a aprendizagem é incompleta no sentido de propiciar elementos para a autonomia e emancipação do sujeito. O indivíduo perde sua capacidade de lidar com o outro como algo exterior; fica apenas com a capacidade de se referir à representação que se faz desse outro externo. A vivência busca somente a síntese, não o processo dialético. A formação crítica é a recusa do existente pela resistência, é o acolhimento à contradição (Maar, 1995).

A sociedade industrial, cujas relações de produção fundam-se na dominação (dos homens sobre a natureza, sobre os outros homens e sobre si mesmos), ocupa-se da produção de determinada subjetividade e a reprodução de modelos de comportamento. O processo de formação subjetiva requerido por esse sistema afeta o modo de experiência e convivência. Aplica-se a lógica utilitária, possível por meio do processo de reificação das pessoas e fetichização das mercadorias. Em tal contexto, a consciência se fixa nas particularidades e no individualismo e toma as partes como o todo; as relações sofrem um distanciamento e o outro

não é tido como um indivíduo externo, mas por meio das representações subjetivas que deste foram feitas (Maar, 1995). Reduz-se a capacidade de promover transformações, posto que o contato com o outro é objetivado e as experiências são diminuídas a vivências superficializadas. Esse modo de relação, fechado à autocrítica e à reflexão, abre a porta para a violência que a dominação requer. No processo de exploração, a racionalização é realizada de forma utilitária, autoritária, a fim de firmar a dominação. Resende e Roure (2012) dizem que

Esse tipo de racionalidade impede que o indivíduo desenvolva a consciência de sua dominação e, em decorrência, não consiga vislumbrar a possibilidade de libertar-se da dominação. A crítica da razão torna-se uma exigência para a formação de um indivíduo verdadeiramente autônomo e de uma sociedade que comporte o sentido da autonomia e da emancipação (p. 148-149).

Ainda nesse campo da formação humana, importante elemento que amplia a pseudoformação, justamente por mitigar as trocas humanas, é o empobrecimento da experiência<sup>15</sup>, pela violência e barbárie das guerras. Segundo Benjamin (1987b), as guerras foram um catalizador do empobrecimento da experiência, intimamente definidoras da subjetividade, modificando o modo de ser sociedade. Elas impuseram experiências profundamente marcantes, mas menos ricas e não comunicáveis - porque não se expõem livremente as histórias de horror da guerra. A guerra reflete o grande desenvolvimento da técnica, que se sobrepõe ao humano; suas vicissitudes, ameaçadoras à vida dos indivíduos, debelam a experiência da vida. A guerra promove um empobrecimento da experiência que é combatido com uma riqueza de ideias que vêm sobre as pessoas - e não das pessoas. Essa riqueza tem um efeito contrário ao da miséria cultural, mas ainda é uma forma desta. Ela não renova autenticamente a experiência, mas oferece uma espécie de blindagem, uma capa protetora contra a miséria cultural, que não promove riqueza, mas tenta afastar as consequências do empobrecimento da experiência. É uma inversão sutil, que leva para novas expressões da barbárie já existente.

---

<sup>15</sup> A experiência da guerra empobrece a experiência da vida, porque ela impede tanto a filosofia, o pensamento, a reflexão, a imaginação, quanto a transmissão dessa experiência, de valores e do patrimônio cultural. A filosofia assim como o pensamento são impedidos na Guerra já que esta apresenta uma imediata e intensa ameaça à vida, coloca o medo e o terror lado a lado com a expectativa da continuidade da vida. Na guerra, o pensamento não vai além do tempo imediato e o futuro é uma sombra apenas. Há uma pujante ameaça ao fim da vida e nada mais importa a não ser ficar vivo e retornar à vida, o que reflete a pobreza da situação vivida. O indivíduo não aspira por novas experiências. Na história da humanidade só se faz filosofia depois de algumas pessoas não precisarem trabalhar para o seu sustento do dia-a-dia; talvez esse mesmo processo se veja na guerra. Não se pode imaginar o futuro ou pensar em coisas que são além do aumento imediato e da sobrevivência, apesar de toda a condição ameaçadora. Isso é um severo empobrecimento, pois apega-se ao pouco que se tem; depois disso, quando as pessoas não voltam, como a experiência da vida se conturba com o arrancar de suas partes? Como se pode transmitir conhecimentos e valores que foram perdidos com essas pessoas? (*Idem*).

O pensamento benjaminiano faz uma diferenciação valiosa entre a experiência e a vivência essa última pode ser associada *pari passu* com o processo da pseudoformação. A experiência não se limita à experimentação ou à construção de conhecimento por meio de um método específico, com um tom científico das ações. Ela é uma espécie de sabedoria transmitida entre as pessoas e entre as gerações (provérbios, histórias, memórias e outras narrativas). São um bem de grande valor social e cultural. Tratam de orientações e valores, não de conhecimentos e técnicas. A experiência não pretende produzir um conhecimento técnico, utilitário. Ela se refere a um contato distinto do indivíduo com o fenômeno e com a riqueza cultural produzida pela humanidade – nesse ponto, universal e particular se encontram. Na experiência, o processo de compreensão e conhecimento de um objeto é frequentemente entrecortado, atualizando o contato com esse objeto, que é dinâmico e não se restringe à identidade determinada pelo sujeito; o objeto não se aprisiona em uma verdade fechada sistematicamente. Um mesmo objeto, se considerado em vários níveis de sua significação, instiga recomeços constantes, revelando momentos expressivos da verdade. Mas, para ser uma experiência e não uma vivência, esses contatos com os objetos, não devem apenas ser instrumentais. A experiência limitada ao uso instrumental do objeto aponta para a forma instrumental de os indivíduos pensarem e se relacionarem com o mundo; atende à racionalidade produtivista, tecnicista e pragmática, que interessa à atual sociedade de consumo (Benjamin, 1987b, 1994; Mitrovitch, 2011).

Na sociedade moderna, o modo habitual de apreensão e compreensão da realidade funda-se no uso instrumental, desvalorizando as disciplinas do espírito; esta é, porém, uma limitação considerável no que tange à compreensão de significações dos objetos. A experiência é substituída pela vivência, em uma concepção científica do mundo. Ir além da instrumentalização faz mudar a lógica de relacionamento com o mundo, com o outro e consigo mesmo; faz buscar modos de experiência, favorecedora do processo de constituição da emancipação do sujeito, não apenas se contentar com a vivência que privilegia a permanência, no mercado consumidor, tanto de itens fabricados quanto de relações. Os indivíduos são fragmentados e a ideologia se incumbe de reorientá-los; o que se percebe, porém, é a desorientação desses indivíduos em relação a si, ao outro e a seu mundo (Benjamin, 1987b, 1994; Mitrovitch, 2011).

Arrasada a tradição, permite-se um trânsito livre entre o passado e o presente, de coisas postas como iguais. A tradição se alimenta da experiência, tanto na vida privada quanto na coletiva. Nesse contexto, os meios de comunicação de massa contribuem com a depauperação da experiência, privilegiando a sensação em detrimento da informação, e sobrepondo a esta à

tradição e ao esclarecimento, privando os indivíduos da capacidade de narrar histórias, transferir experiências e esclarecerem-se mutuamente (Benjamin, 1987b, 1994).

Ainda segundo Benjamin (1987b, 1994), o atordoante desenvolvimento técnico que se dá a partir do século XIX traz para a humanidade (não apenas para o indivíduo) uma nova forma de miséria, que aparenta superar a pobreza de espírito oferecendo uma renovação das ideias. Contudo, não se trata de uma renovação autêntica que revigora o espírito humano, mas de uma galvanização; com essa ilustração, o autor diz que apenas uma camada brilhante foi aplicada ao material já existente; fá-lo parecer algo novo, mas mantém os vícios do antigo, afastando a consciência da coisa real, agora revestida de uma camada protetora.

Aqui se revela, com toda clareza, que nossa pobreza de experiências é apenas uma parte da grande pobreza que recebeu novamente um rosto, nítido e preciso como o do mendigo medieval. Pois qual o valor de todo o nosso patrimônio cultural, se a experiência não mais o vincula a nós? A horrível mixórdia de estilos e concepções do mundo do século passado mostrou-nos com tanta clareza aonde esses valores culturais podem nos conduzir, quando a experiência nos é subtraída, hipócrita ou sorrateiramente, que é hoje em dia uma prova de honradez confessar nossa pobreza. Sim, é preferível confessar que essa pobreza de experiência não é mais privada, mas de toda a humanidade. Surge assim uma nova barbárie (Benjamin, 1987b, p. 115).

A barbárie que vem da pobreza de experiência impulsiona o bárbaro sempre em frente; leva-o a não desviar seu caminho e a começar de novo, não se apegando ao que foi; impele-o a contentar-se com o pouco que a experiência empobrecida forneça e, então, a querer algo novo. O bárbaro segue a expressão externa, que obedece ao que está dentro; não é expressão da interioridade do indivíduo, porque sua experiência empobrecida não favorece a reflexão. O que está dentro é o que foi introjetado do que lhe foi apresentado externamente e refere-se a uma adaptação necessária. A pobreza da experiência faz os indivíduos não aspirarem a novas experiências, mas desejarem a liberdade delas. A barbárie remove do sujeito uma liberdade deliberativa que o angustia, colocando no lugar um protocolo, um modelo ideal para seguir, que simplifica, orienta e alivia a experiência de sofrimento da vida. Esta implica uma desilusão radical com o presente tempo, ao mesmo tempo em que tem total fidelidade a esse século (Benjamin, 1987b).

Como manifestação da dominação, a barbárie oferece uma linguagem não orgânica, arbitrária e construtiva. Distanciada a linguagem do indivíduo que a utiliza, administra-se a comunicação, direcionando-se o ser à desumanização. Ocorre, assim, uma renovação da linguagem, de caráter técnico e racional, que está posta a serviço da transformação administrada da realidade, não da descrição da realidade ou da experiência humana (Benjamin, 1987b; Marcuse, 1973b).

A experiência empobrecida da vida é indiferenciada, angustiada, simplificada, rendida, esvaziada. Ela encontra no entretenimento um alívio, uma libertação. Contudo, o cinema como entretenimento é fundado na realidade, produzindo bens culturais com realismo abundante. As experiências sociais retratadas nos filmes impõem aos espectadores o que eles queriam evitar, mas não podem deixar de consumir e com elas se identificar. Ao mesmo tempo, por meio da Indústria Cultural, o sistema também providencia alívios, que são momentâneos. Essas tensões e insatisfações escancaram as angústias. O humano põe-se a tudo devorar, tanto abstrata quanto concretamente - a cultura e os próprios homens. Então, ficam momentaneamente saciados e cansados. Desse cansaço advém o sono, que compensa a tristeza e o desânimo do dia. No entanto, é vígil o sonho contemporâneo, um anseio por uma existência cheia de milagres, superiores aos milagres técnicos, realizando efetivamente uma existência melhor. (Benjamin, 1987b). Infelizmente, na própria razão predominantemente praticada na sociedade contemporânea, dá-se o impedimento das condições de uma existência melhor. A racionalização progressista, em prol do progresso, abdica da razão e do esclarecimento que ela pode propiciar. Com isso, o aclamado avanço técnico-científico acaba por manifestar a barbárie, e desaguar em um amplo processo de desumanização, eventualmente sutil, manifestada tanto em processos sociais quanto em individuais (Horkheimer, 2000).

Periodicamente, a cultura provê “modelos de constituição de subjetividade” para o fortalecimento do “eu”, a partir da realidade a qual está vinculado, mas à qual não pode ser reduzido. No tempo atual, o que se pede ao indivíduo para a manutenção cultural - e do sistema produtivo capitalista - é que ele observe regras e instruções (Crochík, 1996). O desejo de obedecer também é um elemento que se espera inculcar na socialização dos indivíduos (Adorno & Horkheimer, 1978a).

A formação cultural deveria fornecer os elementos da constituição da autonomia do indivíduo, capacitando-o a ter consciência e crítica das contradições sociais e a opor resistência aos processos de dominação e conformismo vigentes na sociedade atual. A dominação da sociedade pelo capital leva à percepção do outro não como um semelhante, mas como um igual padronizado; a interação social torna-se auto referenciada, fragmentada, superficial, utilitária e reproduz a exploração, as misérias e as injustiças (Resende & Roure, 2012).

A educação é o caminho para o esclarecimento. Ela promove a formação do sujeito, dando condições subjetivas e objetivas para o desenvolvimento da autonomia e emancipação de seu pensamento, para a reflexão crítica e a existência ética (Resende & Roure, 2012). A Indústria Cultural se opõe à educação e emancipação à medida em que busca modos de dominar e controlar os indivíduos, formando uma sociedade administrada na qual ela atende, gerencia e

disciplina os indivíduos e seus grupos sociais (Maar, 1995). “O esclarecimento é visto como o progresso do pensamento que tem por objetivo livrar os homens do medo e torná-los senhores de si, superando os mitos e as distorções da imaginação através do conhecimento” (Resende & Roure, 2012, p.148).

Considerando o uso da razão no âmbito social, é a educação que permite ao homem superar suas condições e suplantar seu modo de reprodução de padrões de comportamentos adquiridos na infância ou na condição infantil, para tornar-se, então, ser livre e autônomo. Não se devem desprezar as influências e determinações que as condições sociais exercem na constituição da subjetividade do indivíduo; no entanto, conforme este enriqueça a noção de si mesmo e obtenha algum domínio sobre sua realidade e sobre o conhecimento, esse sujeito se habilita a questionar, refletir e sobrepujar suas próprias condições sociais. A educação para emancipação se funda na autonomia (Roure, 2009).

Maar (1995) observa que os bens culturais alimentam as massas e acabam por tornar dominante e valioso o momento da adaptação ao objeto, seu contato imediato e superficial. O contato realizado é apenas parte do processo da experiência formativa, que requer tempo e continuidade para que propicie aprendizagem ao sujeito e sua transformação em indivíduo autônomo. Ele é levado, então, a enquadrar-se em uma sociedade adaptada, a buscar contatos imediatos e utilitários, a romper com as bases do que seria uma experiência historicamente desenvolvida de formação da autonomia.

Os artefatos culturais produzidos pela Indústria Cultural “alimentam” as massas, entregando o que foram induzidos a desejar. Os itens estandardizados de cultura tornam dominante o momento de adaptação, isto é, o momento do contato imediato e utilitário com o objeto. O sujeito é enquadrado em uma sociedade administrada, que soterra a memória do que seria autônomo (historicamente desenvolvido) com uma avalanche de novidades alinhadas à hegemonia ideológica da Indústria Cultural. Sem a autonomia e a individualidade (que requer a diferenciação do outro), o indivíduo perde a capacidade de lidar com o outro como algo exterior a si mesmo e se apoia na representação (interna) que se faz desse outro externo. Acaba lidando com uma realidade pessoal, abstrata, sem firmar-se na realidade compartilhada de objetos concretos (*Idem*).

“A Indústria Cultural impõe sua síntese pelo mercado, cria um sujeito social identificado com uma subjetividade socializada de modo heterônomo que rompe a continuidade do processo formativo de um modo fortuito” (Maar, 1995, p. 25). Ela impõe sua lógica e sua presença por intermédio de seus produtos culturais, fazendo-se hegemônica e onipresente. Impede os sujeitos de construírem dialeticamente suas conclusões e pensamentos, por suas

próprias percepções, experiências e reflexões. Ela oferece uma espécie de experiência pronta, “*pocket*”, que é superficial e impessoal. Ela suprime as oposições necessárias ao pensamento reflexivo e busca escamotear as contradições por meio das ideologias. Esse processo culmina na criação de um sujeito social - pseudoindivíduo - identificado com a subjetividade heteronomamente socializada. Essa condição rompe a continuidade do processo formativo que promoveria justamente a consciência, a reflexão e autonomia do sujeito: o esclarecimento do indivíduo. Assim, ela mantém as bases da pseudoformação, prejudicando a consciência e o esclarecimento das contradições da dominação social. A pseudoformação leva a uma relativização do que seria diferenciado e individual em prol de uma absolutização; tornam-se naturalizadas as representações padronizadas da vida uniformizada em sociedade, que é constituinte da sociedade administrada. Ela não visa à reflexão dialética do indivíduo para seu esclarecimento. Seu interesse é fornecer uma educação adaptativa, parcial e controlada, utilitarista e fragmentada, na qual possa ditar as normas, valores e comportamentos aceitáveis, levando o sujeito a uma condição heterônoma (deformação), sem possibilidades de crítica da razão régia, dando continuidade à tendência cultural associada aos fatores econômicos. A razão recebe atribuição instrumental, ligada a lógica produtiva (*Idem*).

A Indústria Cultural produz seus bens culturais de modo padronizado, visando a atender as necessidades iguais de um grande número de pessoas. O indivíduo não tem importância reconhecida; sua identidade é condicionada ao particular padronizado; ele é parte de uma massa, “pseudoindividualizada”. “As particularidades do eu são mercadorias monopolizadas e socialmente condicionadas, que se fazem passar por algo de natural” (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 144).

A sociedade administrada, por meio da indústria cultural, gere e disciplina a sociedade; sua comunicação predominante é de que o sujeito é livre para fazer o que quiser, no entanto, oculta-lhe os impedimentos; não diz que ele não possa realizar isso ou escolher aquilo, o sujeito apenas tem que assumir os riscos de fazer suas escolhas “livres” (isto é, dentro dos parâmetros por ela estabelecidos): ele deve optar por ser um incluído satisfeito (relativa e momentaneamente), ou um excluído (da aparente harmonia social), mais livre para refletir criticamente. Apenas o esclarecimento permite chegar a essa possibilidade de escolha individual e experiência de liberdade (Adorno & Horkheimer, 1985a).

### 1.5. Narcisismo e formação humana: um olhar a partir da Psicanálise

Birman (2016), refletindo sobre o sujeito na atualidade, identifica um significativo incremento do narcisismo na formação subjetiva dos indivíduos, não apenas como fruto das mudanças culturais da sociedade moderna, mas também como defesa do mal-estar<sup>16</sup> experimentado nessa mesma sociedade. Segundo o autor, uma inserção pujante da Psicanálise no âmbito social se verifica no conceito de sublimação<sup>17</sup>, que permite refletir sobre os destinos da ação, justamente o que seria matéria-prima para as construções sociais. Entretanto, o autor salienta que é preciso também refletir sobre os destinos do desejo, porque esse prisma permite atentar-se às novas formas de subjetivação. Na atualidade, os destinos do desejo têm-se direcionado para a exterioridade e o autocentramento. O autor aponta para o empobrecimento das possibilidades simbólicas dos indivíduos, promovido por mudanças no cerne da constituição da subjetividade ao longo da modernidade.

A partir do século XVII, na alvorada da modernidade, a visão individualista do mundo se institui como dominante e se reproduz em todos os meandros do campo social. O individualismo, ancorado na visão autocentrada de mundo, firma-se nas noções de interioridade e de reflexão sobre si mesmo como a base desse processo de subjetivação. Na atualidade, o individualismo foi intensificado por outras mudanças culturais - cujo enfraquecimento das fontes tradicionais de valores e identidades exacerbaram as preocupações com o próprio bem-estar - estabelecendo a hegemonia do autocentramento do sujeito como valor social. Novas configurações sociais levam a novas formas de subjetivação, que, por sua vez, fecham e reforçam o ciclo. Nessa nova forma, o Eu se posiciona privilegiadamente, intensificando o individualismo, expresso no autocentramento do sujeito; a coesão da subjetividade está precarizada, dada a valorização da exterioridade e a tendência à superficialidade; “Com isso, a subjetividade assume uma configuração decididamente estetizante, em que o olhar do outro no campo social e mediático passa a ocupar uma posição estratégica em sua economia psíquica” (Birman, 2016, p. 24).

Na subjetividade atualmente determinada, o espaço para o outro como sujeito - para uma relação humana - tende a esmaecer-se totalmente. Sua percepção e razão estabelecem o outro apenas como um recurso para atender a suas necessidades, um objeto para seu usufruto. O sujeito, então, não reconhece o outro; em tudo que vê reconhece apenas a si mesmo, perde a

---

<sup>16</sup> A esse respeito, ver “O mal-estar na civilização” (Freud, 1930/2010b) e “O mal-estar na atualidade: a psicanálise e as novas formas de subjetivação” (Birman, 2007).

<sup>17</sup> A esse respeito, ver “Três ensaios sobre a teoria sexual” (Freud, 1905/2016).

capacidade de conviver, tolerar ou mesmo valorizar a diferença e a singularidade. Impedido de experimentar estes predicados da alteridade na vida cotidiana, o sujeito retira a alteridade de seu lugar nas relações humanas (Birman, 2016).

Conforme identifica Lasch (1984), a cultura do narcisismo se estabelece a partir de novos modos de socialização e de organização da experiência humana; as referências sociais se alteraram e a história perdeu seu valor de referência assim como o outro perdeu seu lugar de alteridade. Paralelamente a isso e eliciado por tal, constitui-se um sujeito fruto desse tempo, a partir de novas formas de subjetivação que se impõem à constituição dos indivíduos, como retrata Birman (2016). Assim, evidencia-se, hoje, como expressão do autocentrismo em elevada conta, a estetização da existência, materializada na veneração da imagem. A admiração de si mesmo se expõe nos cuidados excessivos para com o próprio eu. Capturar o olhar do outro e seu elogio - como uma validação - exprime a valorização da exterioridade e a dependência do outro em um papel circunscrito de expectador. A experiência subjetiva é deslocada e manifestada no corpo e a fruição imediata de experiências é valorizada. O envelhecimento é tido como uma degradação ou um mal a ser evitado a todo custo. A estética da perfeição fixa na juventude um ideal de beleza e de atributos. Os avanços científicos, em especial a farmacologia - e outras drogas - e as intervenções cirúrgicas são vistos como a salvação mítica da humanidade na luta pela longevidade, resumida em saúde e beleza (Birman, 2012).

Alicerçada no autocentrismo e na valorização da exterioridade, dá-se a espetacularização das experiências. Debord (1997) detém-se na questão da sociedade do espetáculo e esclarece que não se trata apenas da farta existência de imagens, mas da necessidade de exibição destas como essencial à existência; sua definição de uma sociedade caracterizada pelo espetáculo indica a função reguladora social do espetáculo: as pessoas são mediadas por imagens e a “Imagem” torna-se sua razão de viver. A imagem assume a condição da relação entre indivíduos; na busca para não ser mais um na massa e conseguir ser reconhecido como alguém - como ser - age-se para ser validado pelo outro. O espetáculo impõe-se como condicionante, exigindo tanto a presença de expectadores quanto a espetacularização das experiências de um outro - que se torna o outro, pois o foco está no espectador/consumidor, avidamente disposto à exposição.

No seu cotidiano, o autocentrismo demonstra-se ainda na atitude predatória do corpo do outro e, paradoxalmente, por dar-se como presa. Isso contribui para a estetização do eu, cultivando a admiração alheia, tanto na área sexual quanto em relações de poder. “Constitui-se aqui a manipulação do outro como técnica de existência para a individualidade, maneira privilegiada para a exaltação de si mesmo” (Birman, 2016, p. 180). Na relação com o outro, os

afetos não são buscados, nem representam uma recompensa desejável; o que se objetiva, primordialmente, é o gozo, seja tomado do outro, se for o caso, seja atendendo a “pequenos pactos em torno da possibilidade de extração do gozo do corpo do outro” (*Idem*, p. 26). O indivíduo não se relaciona com o outro como sujeito, mas como um objeto para usufruto, um meio para um fim; centradas no eu, as relações se assentam em técnicas para manipulações e predação com vistas à glorificação pessoal. A performance é requerida prioritariamente e faz confundir o ser com o parecer, exigindo consideráveis esforços do indivíduo para se manter sob os holofotes sociais.

Com a individualidade exaltada e a própria imagem enaltecida, o sujeito inclina-se, no contexto do espetáculo, a diversas formas de violência no cotidiano. O outro é roubado e sequestrado no que lhe é essencial e inalienável para a existência: o reconhecimento de sua humanidade. Com isso, eliminar - quer pela dispensa, quer pelo assassinato - o outro que resiste ou obstaculiza o gozo é uma ação aceitável ou justificável na razão narcísica vigente; não é nada além de lutar por seus sonhos, inflados e inflamados (*Idem*). Entre outros elementos sociais, a morte, a violência, o sexo, o absurdo impõem-se como banalidades, que não provocam repulsa no indivíduo autocentrado, distraído e dessensibilizado pela espetacularização, mistura do trivial com o que choca.

A onipresente Indústria Cultural tem um papel importante nesse processo, pois opera uma eloquente avalanche midiática que envolve os indivíduos em uma abundância imagética insistente e sedutora (Souza, 2014). A mídia é um aparato técnico crucial para a glorificação dos indivíduos.

A cultura da imagem é o correlato essencial da estetização do eu, na medida em que a produção do brilharesco social se realiza fundamentalmente no esmero desmedido na constituição da imagem pela individualidade. Institui-se assim a hegemonia da aparência, que define o critério fundamental do ser e da existência em sua evanescência brilhosa. Na cultura da estetização do eu, o sujeito vale pelo que parece ser, mediante as imagens produzidas para se apresentar na cena social, lambuzado pela brilhantina eletrônica (*Idem*, p. 180).

Assim, na cultura do narcisismo, define-se uma limitação importante à subjetividade constituída; posto que não é capaz de descentrar de si mesma, está impossibilitada de admirar ou mesmo de considerar o outro em sua diferença e solidarizar-se. Ao mesmo tempo em que se estimulam os indivíduos a concentrarem-se em si mesmos, empobrecem-se as referências sociais de vínculos afetivos que tais indivíduos experimentam. Ou seja, dá-se um fortalecimento do narcisismo na constituição da subjetividade ou, ainda, segundo (Freud, 1914/2010a), ocorre um impedimento de superação dessa etapa do desenvolvimento egoico (Aquino & Assis, 2016; Birman, 2016).

O narcisismo é uma importante categoria conceitual ligada ao desenvolvimento psíquico do sujeito e que também está diretamente conectada à cultura e à formação social do indivíduo. A Psicanálise apresenta uma visão dialética do psiquismo, mantendo-o vinculado ao mundo no qual o sujeito se constitui; portanto, a vida subjetiva faz demandas ao meio externo e, este, demanda igualmente ao mundo interno, como reflexos que se interpolam. A partir da categoria do narcisismo, podemos compreender mais claramente, além dos processos internos da subjetividade, a dinâmica da cultura de massas, da Indústria Cultural, do totalitarismo, da dominação etc. Freud (1914/2010a), que, para fundamentar sua teoria, parte da prática clínica e das observações e estudos que fez, identificou o narcisismo como elemento constituinte da condição humana, isto é, presente na composição psíquica do ser humano.

Aquino e Assis (2016) procederam a uma verificação histórica do desenvolvimento da noção de narcisismo nos estudos de Freud. Os autores assinalam que esse conceito incrementa importante robustez para a teoria psicanalítica e sua evolução é notada ao longo de décadas de publicações. De uma extensa nota de rodapé em 1910<sup>18</sup>, a noção do narcisismo ganha relevância em textos basilares, até sua pujante presença que se estende aos últimos textos de Freud. Dos momentos históricos do conceito, vale destacar para a investigação aqui realizada, a definição do narcisismo como o estágio intermediário entre o autoerotismo e o amor objetal<sup>19</sup>, quando também se enfatiza que parcela da libido se mantém com o indivíduo, mesmo quando se liga a objetos externos no investimento libidinal. Em outro passo de amadurecimento, Freud<sup>20</sup> sinaliza a possibilidade de a libido ser retirada do mundo externo, retornando ao sujeito, sendo reinvestida no ego, quando se denota a conduta narcisista e se reestabelece uma condição já existente no sujeito (narcisismo primário), mas que, por razões específicas, desaparece no processo de desenvolvimento. Nesse texto, também são tratadas as questões da escolha objetal e narcísica. Freud ainda apresenta a relação entre o narcisismo e o ideal de ego, ressaltando os processos de formação de ideal e de sublimação. Adiante, ele associa a ferida narcísica<sup>21</sup> à perda de um amor que causou prejuízo à autoestima. Continuando, ele descreve o estado anobjetal<sup>22</sup>,

---

<sup>18</sup> A nota de rodapé mencionada encontra-se na segunda edição de “Três ensaios sobre a teoria sexual” (Freud, 1905/2016).

<sup>19</sup> A esse respeito, ver “Totem e Tabu” (Freud, 1912-1913/2012).

<sup>20</sup> A esse respeito, ver “Introdução ao narcisismo” (Freud, 1914/2010a).

<sup>21</sup> A esse respeito, ver “Além do Princípio de Prazer” (Freud, 1920/1987).

<sup>22</sup> Refere-se ao estado narcísico primário, que se manifesta na ausência de relações com o meio e na indiferenciação entre o ego e o id. Freud (1923/2006), a partir da descrição desse estágio primitivo, posiciona o narcisismo entre o autoerotismo e o amor objetal.

esclarecendo o valor do mecanismo de identificação na constituição do ego<sup>23</sup>. A partir disso, pode-se compreender a psicologia individual e das massas, na qual o autor aponta para a expressão libidinal da massa e a presença da identificação como modo de ligação libidinal em um grupo. Assim, o investimento libidinal no mundo externo se apresentaria como uma restrição ao narcisismo.

Por fim, em seu último escrito<sup>24</sup>, Freud expõe o ego como uma espécie de reservatório libidinal, figurando o narcisismo primário. O processo de catexia inaugura o narcisismo secundário ao transformar a libido narcísica em objetal, ligando-a a objetos no mundo externo. Ao perder um objeto de investimento da libido, ela pode ser recolhida ao ego e reinvestida em outro objeto externo ou interno (ideais de ego). O narcisismo está ligado diretamente ao contexto cultural, respondendo também ao âmbito cotidiano da vida do sujeito; sendo assim, ele se mostra tanto um elemento do desenvolvimento do indivíduo, quanto um aspecto defensivo do ego. Vale salientar ainda a importância do narcisismo para a vida psíquica, manifestada na sua proximidade com as identificações no processo de constituição do ego e na escolha de objeto (Aquino & Assis, 2016).

Para compreender essa força psíquica, é necessário ir ao início da vida do bebê, antes do desenvolvimento do ego, para o estado inicial da libido: o autoerotismo. A libido é uma energia psíquica sexual (associada ao instinto de vida, mas não se refere ao desejo sexual). Ela se move, direciona-se e se liga a elementos internos e externos, movimentando o indivíduo conforme suas adesões. Nessa condição inicial, o bebê é totalmente erógeno; ele se toca, descobre-se, sente-se. Suas experiências com seu corpo alimentam e moldam sua subjetividade em formação<sup>25</sup>. Suas primeiras satisfações sexuais estão relacionadas às suas funções vitais, satisfazendo os instintos de autopreservação; há um componente de egoísmo na satisfação das necessidades para o sustento da vida. Essa energia sexual vai, adiante, desvincular-se dos instintos do ego e os cuidadores se tornarão os primeiros objetos referenciais para as futuras escolhas objetais (escolhas anaclíticas ou narcísicas).

Para que se estabeleça o narcisismo em sua primeira configuração - um narcisismo pleno primitivo - abandonando o autoerotismo, requer-se tanto o desenvolvimento psíquico que

---

<sup>23</sup> A esse respeito, ver “Psicologia das massas e análise do eu” (Freud, 1921/2011).

<sup>24</sup> A esse respeito, ver “Esboço de Psicanálise” (Freud, 1938/1976).

<sup>25</sup> Birman (2016) argumenta que não há uma divisão real entre o corpo e o psiquismo. Essa dualidade convencionalizada promove uma polarização irreal e nociva entre o sujeito e seu corpo, além de prejudicar a compreensão da subjetividade e seus processos. Para o autor, só existe “um corpo-sujeito propriamente dito” (p. 21).

se disponibiliza para a catexia quanto o próprio contato entre a criança e seu mundo externo, ambos trazendo novos estímulos, demandas e efeitos. A relação da criança e seus cuidadores serve de parâmetro às demais relações, pois as experiências vividas fornecem elementos para o processo de subjetivação. O bebê começa a diferenciar-se do outro – sua mãe ou equivalente – enquanto forma seu eu; A criança se entende como o centro de tudo que lhe ocorre; todo desejo e toda necessidade são satisfeitos; ela sente que pode tudo, que não tem limites; a libido está direcionada unicamente para si própria; busca obter prazer tendo poder sobre seu objeto, dominando-o para seu usufruto. Tem-se aí, no início da vida, a base para o que Freud chamou de narcisismo primário, no qual a libido está ligada ao ego: seu objeto de amor é ela mesma. A criança pequena ainda tem seu mundo perfeito e fantástico: é atendida em suas necessidades e prazeres; ela vive seu ideal, onde pode tudo e é seu próprio parâmetro de limites. O narcisismo não é perversão, “mas um complemento libidinal do egoísmo do instinto de autopreservação”, portanto “atribuído a toda criatura viva” (Freud, 1914/2010a, p. 81).

Com o avanço da catexia e das experiências pessoais, a libido, antes totalmente ligada a si mesma, passa a ser parcialmente direcionada para o mundo externo. O investimento da libido nos objetos do mundo externo (catexia objetal) reduz o investimento da libido no ego. As mediações sociais estimulam que o bebê se ligue a objetos do mundo externo, saindo do claustro psíquico e se deparando com impedimentos, frustrações e exigências do mundo externo. Outrossim, a libido impedida de se conectar a um objeto externo volta-se para o ego (mundo interno), para ser reinvestida (introversão e regressão)<sup>26</sup>, seja em um objeto interno ou em outro externo. O surgimento do narcisismo primário é possibilitado nesse movimento, no qual a libido pode ligar-se à fantasia, fixando o indivíduo nela.

Freud (1930/2010b), quando trata sobre o mal-estar na civilização, entende que não é possível civilização sem a opressão da realidade sobre o ego – a socialização. Nesse processo, acontece a abertura para o desenvolvimento do narcisismo da criança (narcisismo primário) em direção ao amor objetal (narcisismo secundário). O narcisismo secundário advém das catexias objetais, que se sobrepõem a um narcisismo primário (este se esconde abaixo de diversas influências subjetivas e objetivas). As interdições são mais frequentes e ela é

---

<sup>26</sup> Na introversão da libido, o indivíduo desiste da relação com a realidade, mas mantém a relação erótica com pessoas e coisas, contudo como elementos da fantasia. Ele não lida com objetos reais na realidade, mas com objetos reais na fantasia, substituindo os objetos imaginários pelos reais, ou misturando ambos. Ou, ainda, não age (renuncia) na realidade para obter satisfação, nem estabelece relacionamento com seus objetos, fixando-os na fantasia. A introversão da libido gera a transferência dela para objetos que são irrealis, ocorrendo o represamento libidinal. A regressão vai além de um retraimento da libido, decaindo para fases anteriores do desenvolvimento, regredindo a manifestação e o modo de catexia libidinal. Esses fenômenos indicam o surgimento de neuroses e outras parafrenias, segundo Freud (Roudinesco & Plon, 1998a, 1998b).

interditada/frustrada em sua satisfação plena. A castração impõe um movimento que conduz ao próximo momento do desenvolvimento psíquico, o narcisismo secundário. No narcisismo secundário, o sujeito se reorganizará no sentido de um modo de vida mais ajustado a seu mundo social e momento de vida. Essa evolução do investimento libidinal leva o indivíduo a buscar objetos além de si mesmo, ampliando seu campo vital. Esse modo tenderia a ser o padrão da vida adulta; não cessa de investir libido no ego e também não a direciona totalmente ao objeto, mas se define uma dinâmica equilibrada nas relações objetais.

O ego infantil se concebe perfeito, virtuoso, onipotente. O indivíduo, ao crescer, depara-se com conflitos e exigências nas relações com terceiros e, além disso, sua própria autocrítica também o impede de manter a perfeição infantil. Ele tenta manter a experiência infantil na forma de um ego ideal, no qual investirá sua libido (amor próprio do ego). O que projeta como sendo seu ideal é o substituto do narcisismo perdido na infância (na qual ele era seu próprio ideal). O ego ideal é alvo do amor de si mesmo, desfrutado na infância pelo ego real. “O narcisismo surge deslocado em direção a esse novo ego ideal” (Freud, 1914/2010a, p. 98). A formação de um ideal de ego aumenta as exigências do ego, favorecendo a ocorrência da repressão. Esta advém do ego que, segundo um crivo de incompatibilidade, rejeita elementos que o diminuam, antes mesmo de entrarem na consciência, impedindo assim o ego de se relacionar com aspectos da realidade, mantendo o que há no ego ideal. A sublimação é uma alternativa para que as exigências sejam atendidas, sem ocasionar repressão ou frustração, oferecendo um prazer elevado. Vale salientar que o ideal do ego possui aspectos individuais e sociais, sendo um importante componente do psiquismo de um grupo. Existem ideais comuns, seja na família ou em um grupo não natural, que propiciam convergir a libido narcisista da pessoa e a libido do grupo, que retornam ao ego e completam o vínculo.

A formação de um ideal de ego pode tomar o lugar do narcisismo primário, mas não se trata exatamente da sublimação dos instintos sexuais. O ideal de ego exige sublimação - porque não se pode possuir o idealizado - mas ele mesmo não pode promovê-la. Ao mesmo tempo, a sublimação pode ser estimulada pelo ideal. A sublimação é um processo relativo à libido objetal, no qual o instinto sexual muda sua destinação e se dirige a atividades elevadas, que não oferecem diretamente satisfação sexual. Por sua vez, a idealização se refere ao objeto, engrandecendo-o na mente do indivíduo, tanto na esfera da libido do ego quanto na do objeto. O narcisismo se dá pelo deslocamento da libido em direção ao ideal de ego. Procura-se tornar seu próprio ideal, como na infância. Isso parece a felicidade e esforçar-se é válido para alcançá-la. O ideal do ego é exigente, impondo condições para obter a satisfação narcísica por meio dos objetos escolhidos. Tal situação favorece a repressão de tendências sexuais e outros

aspectos subjetivos, mantendo um ideal elevado para o ego perseguir. A sublimação muda a destinação da libido e pretende atender às exigências sociais, evitando a repressão e abrindo a possibilidade de autossuperação por meio do contato positivo com a realidade.

Quando a libido é investida prioritariamente no ego, tem-se o indivíduo narcisista; ele não se liga a objetos externos porque sua energia psíquica está direcionada para si mesmo; é como um apaixonamento por si mesmo. O narcisista ama a si e desvaloriza o outro devido ao alto investimento libidinal em si mesmo. A sublimação do sujeito narcisista é prejudicada, porque não permite o deslocamento libidinal para outros objetos e, assim, não elabora conflitos que vivencia (Freud, 1914/2010a). Com isso, o narcisismo é um impedimento para a conscientização e a crítica: seu modo de pensar, sua racionalidade é a única possibilidade que ele admite. O narcisismo primário, como investimento libidinal regredido, é um dos elementos constitutivos do mal-estar da cultura, pois coloca conflitos e impossibilidades, objetivas e subjetivas, ao desenvolvimento psíquico, às exigências e necessidades da convivência civilizada (Freud, 1930/2010b).

O sujeito narcisista (que se fixa no narcisismo primário) escolhe seus objetos amorosos baseando-se em seu próprio eu. Essa condição psíquica se deve a perturbações do desenvolvimento libidinal, no qual o modelo de objeto amoroso não é a mãe, mas o indivíduo mesmo. Esses são os dois objetos amorosos/sexuais que o ser humano tem desde o início. “Buscam a si mesmos como um objeto amoroso e exibem um tipo de escolha objetal que deve ser denominada ‘narcisista’” (Freud, 1914/2010a, p. 94). Ele tem um autocontentamento frente às restrições sociais de sua escolha objetal narcísica. Sua busca está em ser amado mais do que em amar e inclina-se a quem o agrada; tende a apartar do ego qualquer coisa que o diminua; sua inacessibilidade faz parte do seu encanto.

O apaixonamento é um fluir da libido do ego em direção ao objeto, gerando um empobrecimento do ego, devido à massiva destinação da libido ao objeto amoroso. Há uma supervalorização sexual do objeto e o objeto amado se torna idealizado. Assim, quando não correspondido, o sujeito sofre, perde-se, desmorona, porque a libido objetal destinada ao objeto não se liga a ele, retornando ao ego como insatisfação.

O indivíduo que está à busca do objeto amoroso - porque se encontra no narcisismo secundário - reduz o seu narcisismo destinando parte da libido para essa busca: um objeto que satisfaça o almejado ideal de ego, completando-o. “O narcisismo de outra pessoa exerce grande atração sobre aqueles que renunciam a uma parte de seu próprio narcisismo e estão em busca do amor objetal” (Freud, 1914/2010a, p. 95-96). O narcisista provoca, inconscientemente, os que abrem mão de seu autocentramento em sua escolha objetal, com os encantamentos de seu

estado de espírito de autocontentamento, exuberância e superioridade. Essa condição, entretanto, promove dúvidas em relação a quanto a recíproca do amor desse indivíduo, posto que ele não está inclinado ao outro que o ama e frequentemente demonstra sua atitude fria. Contudo, esse aparente desencontro não afasta os que se encontraram/enamoraram: quem busca ser amado e quem procura seu objeto de amor.

A partir do exposto pode-se compreender que estão imbricados na formação da subjetividade tanto aspectos psíquicos (como o narcisismo e a individualidade) quanto culturais (como a espetacularização e a abrangência dos meios de comunicação de massa). Ficam evidentes as relações entre as ideologias da sociedade capitalista, a dinâmica da cultura de massas da Indústria Cultural e a constituição dos sujeitos como indivíduos, trabalhadores e consumidores.

Desde sua inserção na vida social pelo processo de socialização, os indivíduos assimilam padrões de comportamento socialmente validados apresentados nas relações sociais e produtos culturais, ajustando-os à vida coletiva moldada na cultura do narcisismo e na do espetáculo. Nesse contexto, distraídos pela abundância imagética e dessensibilizados pela inundação de estímulos aos sentidos, há um fortalecimento do narcisismo na constituição da subjetividade, estimulando o autocentramento, a imagem e a performance como institutos do ser. Favorecida pela insistência e encantos dos meios de comunicação de massa, a ideologia hegemônica está presente e atuante em cada recôndito da vida social. O cinema é um soberbo agente ideológico com grande força de comunicação nas diversas idades e situações.

## 2. A Indústria Cultural, o Cinema e o Filme de Animação

No capitalismo tardio, a sociedade é organizada de modo a criar necessidades e oferecer os meios para sua satisfação. Para tal, ela se vale da lógica de mercadoria e do modo de produção padronizado da racionalidade técnica bem como da exploração da força de trabalho, da propriedade privada e da acumulação de capital entre outras características determinantes da sociedade capitalista. Baseada na estrutura de classes sociais, nela se exerce a exploração de uma classe sobre outra, sustentada pela ideologia produzida e reproduzida nas relações sociais. Na constituição da sociedade capitalista, surge, das relações sociais estabelecidas, a consciência social. Da experiência do indivíduo em interação com a sociedade forma-se a subjetividade, que se objetiva nas relações sociais e acaba por construir coletivamente uma forma de ser sociedade, manifestada na sua cultura (Netto, 2012). Esse sistema prevê, para seu funcionamento vital, mecanismos ideológicos que adaptam a subjetividade dos indivíduos ao padrão vigente das relações sociais, valendo-se, entre outros elementos, da Indústria Cultural. A partir dessa instância social, a racionalidade da produção capitalista adentra a área da cultura e da formação subjetiva dos indivíduos, com implicações econômicas, culturais, sociais e éticas. Os autores da Escola de Frankfurt denunciam o poder e as manobras desse sistema que transforma em mercadoria tudo o que existe na sociedade, alcançando suas diversas esferas. Com isso, para manter a estrutura social vigente, exige-se o fomento do consumismo e um modo de subjetivação ajustado a esse modelo (Matos, 1993). Assim, ao mesmo tempo em que perpassa os indivíduos e os forma, a cultura de uma sociedade também é formada por eles (Adorno & Horkheimer, 1966).

Na conjuntura moderna (política, econômica, tecnológica e social), juntamente com a invocação sobre o caráter mercantil da cultura, situam-se os componentes que consolidam a Indústria Cultural. Trazem-se os itens culturais - o entretenimento e a diversão, o riso e o trágico - para a esfera da relação de troca, onde são comercializados. Ao mesmo tempo que se obtém lucro com seus produtos, estes também atuam como dispositivo ideológico, promovendo uma disposição subjetiva e objetiva para o consumo. Tudo posto de forma naturalizada e atrativa, exprimem-se as verdades atenuadas que a Indústria Cultural professa; essas verdades úteis obstaculizam aos indivíduos a consciência de sua própria condição (Adorno & Horkheimer, 1985a).

As instituições socializadoras têm a função de educar e ajustar o indivíduo à sociedade. Com a educação administrada - instituída por uma racionalidade produtivista e utilitarista - o

sujeito é docilizado pelos interesses da sociedade de consumo e a eles alinhado. A formação do indivíduo atende às necessidades da sociedade; esta lhe impõe padrões sociais objetivados que adentram ao âmago, em sua constituição subjetiva e integração social. A Indústria Cultural possibilita esse estado de dominação fomentando-o como condição natural da sociedade contemporânea. Por meio dos instrumentos de comunicação de massa, os indivíduos são envolvidos com os produtos culturais e a ideologia hegemônica da sociedade administrada, que ela difunde ampla e insistentemente (Adorno & Horkheimer, 1985a; Resende & Roure, 2012). O esclarecimento é o processo apontado por Adorno e Horkheimer como caminho contrário ao processo de reificação do pensamento, que se baseia na irracionalidade da dominação da natureza (Adorno & Horkheimer, 1985a).

A Indústria Cultural não é propriamente uma indústria, posto que não possui a condição material para tal, mas infunde a ideologia que regula a produção cultural e material aos moldes da produção industrial. O que ela produz também não é exatamente cultura, mas mercadorias apresentadas como substitutas da cultura que não favorecem a formação humana emancipada; ao contrário, deformam-na, ao reduzir o humano ao papel de consumidor. Ela se constitui como um dispositivo de dominação, que se vale da base cultural na formação da subjetividade do indivíduo para estabelecer a adesão à ideologia vigente. Sua função na manutenção e ampliação dessa sociedade envolve a comunicação massiva das ideologias hegemônicas e a administração dos elementos espirituais, seja no âmbito social, externo ao indivíduo, seja na sua subjetividade. Ela está presente como sub-rotina, como que executada em segundo plano, fora das vistas dos indivíduos, mas presente em todo o processo, desde a racionalidade que produz os bens culturais, até a forma de consumi-los. Assim, ela prepara os indivíduos para acolherem suas fabricações culturais, reproduzindo um tipo de formação da subjetividade reificada e um modo de relações sociais que favorecem os interesses socioeconômicos da sociedade capitalista (*Idem*).

Segundo Duarte (2002), algumas das características da Indústria Cultural são percebidas desde antes dos tempos modernos, mas, com o advento do capitalismo, elas se consolidam como agente da mercantilização da cultura. Essa denúncia importa uma vez que a cultura mercantilizada promove um esquematismo das pessoas, predeterminando tudo a que o consumidor terá acesso.

A função que o esquematismo kantiano ainda atribuía ao sujeito, a saber, referir de antemão a multiplicidade sensível aos conceitos fundamentais, é tomada ao sujeito pela indústria. Ela executa o esquematismo como primeiro serviço a seus clientes. Na alma deveria funcionar um mecanismo secreto, o qual já prepara os dados imediatos de modo que eles se adaptem ao sistema da razão pura. O segredo foi hoje decifrado. Se também

o planejamento do mecanismo por parte daqueles que agrupam os dados é a indústria cultural e ela própria é coagida pela força gravitacional da sociedade irracional - apesar de toda racionalização -, então a maléfica tendência é transformada por sua disseminação pelas agências do negócio em sua própria intencionalidade tênue. Para os consumidores nada há mais para classificar, que não tenha sido antecipado no esquematismo da produção (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 145-146).

A indústria cultural monopolizou a faculdade de esquematismo, necessário para conceituar/categorizar as experiências sensíveis do indivíduo, a partir da cultura de massa que já oferece os elementos sensíveis previamente categorizados; esse esquematismo contribui com o pretendido processo de dominação da consciência dos sujeitos (Duarte, 2003). O modo de ser pessoa e de estar em sociedade é padronizado, esvaziado de sentido amplo e apresentado como o atendimento de necessidades socialmente legitimadas. Sua influência alcança profundamente o humano, até onde se constitui como tal, e adapta sua subjetividade a valores sociais e padrões de conduta, acomodando as relações sociais à lógica do mercado - a troca de mercadorias.

A Indústria Cultural não pode ser reduzida a uma espécie de entidade etérea ou instituição social, mas é parte integrante do espírito dessa época, com manifestações na esfera concreta. Constituída como uma rede coesa e complexa que compreende não apenas meios de comunicação em massa, mas também as instituições sociais, ela impõe uma formação do indivíduo mediada pelas mensagens midiáticas e produtos culturais industrializados que chegam livremente às crianças no âmbito familiar, escolar e de outros grupos sociais (Zanolla, 2010). Ela se insere em todos os meandros da sociedade de consumo; posto que a cultura contemporânea atribui um matiz de similaridade em tudo que é produzido nos moldes industriais, cada parte do sistema parece fazer parte de um conjunto coerente de manifestações estéticas, oferecendo sensação confortável e sem estranhamento a todos que consomem os produtos culturais, onde e quando quer que seja.

Como explicam Adorno e Horkheimer (1985a), apesar de lidar com cultura, a Indústria Cultural se caracteriza como qualquer outra indústria capitalista, aplicando a racionalidade técnica para garantir a produção e distribuição com vistas à lucratividade. Ela promove uma cultura estandardizada, massificada, replicável, definindo padrões por meio de uma uniformidade técnica e estatística. Os bens culturais padronizados buscam satisfazer necessidades (que ela mesma demandou), também fabricadas de modo *standard*. Suas soluções prontas e coletivas, diferenciadas por classes (como estratégias de manipulação), pretendem diminuir a percepção das contradições inerentes ao próprio sistema e, assim, reduzir as condições do indivíduo de conscientizar-se e de exercitar a crítica da sociedade. Ela inunda e fadiga os sentidos humanos com seus estímulos pretensamente artísticos, divertidos e

dramáticos. É inerente a seus produtos a ambição de serem obras estéticas e, desse modo, serem uma configuração da verdade. Os bens culturais e os discursos ideológicos que os envolvem traduzem objetivações dessa verdade construída, harmonicamente estabelecida e insistentemente reapresentada a todos os indivíduos, em todas as idades, situações e tempo.

O público é condicionado a buscar o que lhe é familiar e a consumir as mesmas coisas. Apenas algumas diferenças técnicas distinguem os produtos entre si, ao mesmo tempo em que escondem a mesmice dos conteúdos propostos nas obras. É da arte que determinados conteúdos são emprestados, mas as obras de artes são reproduzidas mecanicamente e esvaziadas de sua função social, tornando-se mercadorias massificadas - semelhantes na forma (Adorno & Horkheimer, 1985a). A Indústria Cultural destitui a obra de arte de sua capacidade de transformação da consciência, ao passo que impede o acesso à “alta cultura” e, com isso, evita a formação e as possibilidades de reflexão e crítica (Matos, 1993). Por consequência, é conferida uma falsa identidade entre o universal e o particular ao se oferecerem produtos culturais que se assemelham entre si e servem ao consumo fácil, imediato e distraído (Adorno & Horkheimer, 1985a). Para a indústria cultural não há produção ou valores culturais, elementos objetivos ou subjetivos, de que procedência forem, que não possam ser comparados, precificados, trocados, reproduzidos e descartados; tudo é submetido à ideologia da racionalidade técnica e mercadológica (Zuin, 2001).

Apesar do tempo decorrido desde sua primeira publicação, essa não é uma discussão ultrapassada. A sociedade, deslumbrada com a tecnologia e os avanços científicos, prefere fechar os olhos para a massificação e barbárie que ela própria cria no seu caminho de progresso tecnológico, pelo qual justifica a si mesma como o desenvolvimento de uma sociedade justa e democrática. No cerne de seu esforço racional, encontra-se a contradição, reproduzida em tudo que concretiza na sociedade. A Indústria Cultural, em sua amplitude, contribui para amenizar as ambiguidades e fortalecer a coesão social. Ela está atuante desde os primórdios da formação subjetiva do indivíduo e, mais adiante, no modo como este vai se lançar ao trabalho e à distração em seu tempo livre. Ela condiciona os indivíduos formando o “gosto popular”<sup>27</sup> em seu processo de socialização; eles assumem a condição de consumidores, passivos e dependentes. Acreditam que fazem escolhas livres, mas são condicionados a negar sua individualidade, ajustando-se à massa que avidamente consome e se exhibe (Zuin, 2001). A relação de troca impõe uma restrição à liberdade. Na sociedade reificada, a liberdade torna-se uma condição

---

<sup>27</sup> Adorno, em “Sobre a música popular”, apresenta os elementos que formam o “gosto popular” como o reconhecimento, o glamour etc.

falsa enquanto cada coisa é precificada - portanto mensurável, comparável e trocável. Apoiada na alienação, que esvazia o sentido, a reificação da sociedade e das pessoas produz, sem fim, mercadorias trocadas nos diversos mercados. A fetichização contribui para o processo de dominação, hierarquizando e distinguindo ilusoriamente os elementos objetivos e subjetivos, tornando-as mercadorias (Adorno, 1996).

A Indústria Cultural se posiciona como mediadora, visto que é produtora de artefatos culturais que permeiam as relações sociais. A fetichização da técnica e a reificação da consciência são “ferramentas” que permitem “manusear” e moldar o indivíduo e a sociedade. A massificação da produção cultural é chamada de democratização cultural, simulando liberdade, forçando uma integração entre indivíduos e sociedade, perpetuando as condições de vida - tanto a pseudoformação quanto as bases da barbárie social - afastando as possibilidades efetivas de formação do pensamento crítico e da emancipação do sujeito. As promessas de liberdade e satisfação escondem as contradições sociais e fazem crer em uma felicidade possível que a Indústria Cultural promete, mas não pretende nem pode cumprir. Os discursos ambíguos e padronizados, repletos da mensagem ideológica vigente, são propagandeados com a técnica certa para o público certo, embutidos nos produtos culturais amplamente distribuídos e consumidos (Zuin, 2001).

Na indústria do entretenimento, a novidade é imperativa, mas as inovações são controladas, pois não devem surpreender negativamente o consumidor, perturbando seus hábitos ou expectativas. O que cai no gosto popular indica o sucesso do produto e da técnica, coroado pelos lucros aferidos. Desse norte, definem-se fórmulas de sucesso que garantam o consumo e o retorno sobre o investimento realizado. A indústria repete o padrão e as técnicas em diversos produtos e segmentos do mercado, promovendo uma semelhança geral da cultura e, assim, consegue levar sua ideologia a todos os âmbitos da sociedade com mais facilidade e adesão (Adorno & Horkheimer, 1985a). A passividade social se fortalece quando o público se reconhece e se mantém em seu grupo social, consumindo o que lhe permite uma identidade; a identificação com um nicho se dá por meio do estilo. Os produtos são criados para que sejam consumidos por um público específico ou em condições específicas, definindo igualmente a exclusão de outro público que não tem acesso a tais produtos (Matos, 1993).

Os produtos culturais apresentam a harmonia arquitetada de seus elementos sensíveis, como se esses aspectos fossem os conteúdos. Os elementos sensíveis - palavra, imagem e som - registram “a superfície da realidade social”, com o cuidado de harmonizá-los, aparando arestas de possíveis contradições. Registram a superfície por que é onde as contradições e diferenças podem ser suavizadas e manipuladas. A superfície corresponde à forma, elemento

mais valioso ao entretenimento e mais digerível ao público em geral. A importância da forma supera a do conteúdo, desde a origem do produto, ao nível dos detalhes e nas possibilidades de seus desdobramentos mercadológicos. A técnica para obter essa harmonização é mais valorizada que o conteúdo, o que denuncia a superficialidade e a transitoriedade dos produtos. Ao conteúdo não é atribuída grande importância; ele é um recheio útil para o entretenimento, que deve ser transfigurado para reduzir seu risco de provocar consciência. A consciência reificada não suporta a profundidade das condições humana e social sem estranhar e experimentar o mal-estar; sem o estranhamento, porém, a possibilidade de refletir e criticar fica prejudicada, impedindo, assim, de iniciar resistências e um processo de *re-formação*. A superfície precisa ser registrada para aludir aos conteúdos que, de algum modo, ainda falam aos consumidores. Nesse contexto, os indivíduos se mantêm consumindo. A necessidade de apresentar mais um novo produto também está acima da importância dos conteúdos. O capital investido deve dar lucro e, assim, fabrica constantemente mais um item do catálogo de ofertas, convenientemente selecionado e produzido, cooptando novidades e rerepresentando “o mesmo” com uma roupagem diferente.

Inevitavelmente, cada manifestação da indústria cultural reproduz as pessoas tais como as modelou a indústria em seu todo. E todos os seus agentes, do *producer* às associações femininas, velam para que o processo da reprodução simples do espírito não leve a reprodução ampliada (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 119).

“O mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da Indústria Cultural” (*Idem*, p. 118). Em cada produto, ação e instituição, a Indústria Cultural apresenta o modelo de pessoa que almeja que os indivíduos e os grupos adotem; estes, por sua vez, retroalimentam o sistema, aderindo ao “processo da reprodução simples do espírito” (*Idem*, p. 118), mantendo-o simples e superficial, harmonizado com as outras instâncias. O indivíduo é levado a alinhar-se e conformar-se ao papel de consumidor, modelando sua atenção, seu pensamento, sua imaginação, seus comportamentos e seus desejos. Esse processo de integração não é pleno apesar de sua ampla presença: cada produto cultural (manifestação material ou não) atende a um esforço de conformação. A Indústria Cultural está em todo lugar e em todo momento (trabalho e lazer), no subjetivo e no objetivo (socialização e mediações), modelando a subjetividade: as relações e os comportamentos. Suas redundâncias e contingências asseguram que sua lógica e interesses se reforcem e se perpetuem.

A obra de arte, antes transportadora da ideia, foi destituída de sua função social pela Indústria Cultural à medida em que esta, ao desenvolver-se, dominou a obra e injetou nela “o efeito, a performance tangível e o detalhe técnico” (*Idem*, p. 118). A obra de arte não mais veicula uma ideia – *gêrmen* do pensamento e da reflexão –, mas apenas os esquemas cíclicos,

recheados de clichês e estereótipos, que descartam os conteúdos e privilegiam a multiplicidade dos elementos sensíveis e técnicos. O esquematismo, que angaria os sentidos e afasta os conceitos, é ação de praxe da Indústria Cultural desde o planejamento e produção de seus itens. Isso é imposto de forma ampla, massificada, por todas as instituições e meios de comunicação a serviço dos desígnios capitalistas até que os indivíduos se convençam ser este o melhor modo de ser sociedade. Os conteúdos específicos, selecionados por equipes de produção mediante fórmulas de sucesso, derivam do próprio espetáculo midiático; variam apenas na aparência, dando a impressão de algo novo e ao mesmo tempo familiar. Esses conteúdos prontos e clichês conhecidos surgem e somem ciclicamente. As técnicas de produção, aplicando a racionalidade disponível, constroem seus produtos de entretenimento com a intenção clara de entreter, distrair, seduzir, quase hipnotizar seu público (*Idem*).

A fórmula substitui a obra. O conteúdo da obra de arte é eliminado quando ela é adicionada a totalidade massificada e idêntica as demais produções. Ela é igualada a todo o restante, destituída de sua singularidade. A singularização requer conteúdo e forma próprios, os quais são impedidos pela aplicação racional da fórmula, que é um dos eixos de degradação da aura artística da obra (Benjamin, 1987a).

O produto que a Indústria Cultural apresenta é a soma de partes e detalhes, harmonizados e glamourizados; estes confirmam o todo que, por sua vez, dá seu sentido às partes, atribuindo-lhes uma ordenação, uma conciliação, mas não uma coesão; uma noção de conjunto, integrada por proximidade e complementariedade, não permite a conexão viva em prol da unidade. As partes, mesmo integradas, não estão conectadas como parte de uma mesma obra, com seu conteúdo e lógica próprios; as partes estão agrupadas, coladas, reunidas sobre a lógica de uma fórmula que homogeneiza e padroniza a obra; o todo e os detalhes não se contradizem, nem se ligam; apenas se harmonizam enquanto permanecem agrupados (Adorno & Horkheimer, 1985a).

Posto que os produtos são conjuntos de partes desconexas, é possível e desejável que essas partes sejam utilizadas em outros produtos e outros nichos de mercado (*Idem*). Os detalhes marcantes, prontamente reconhecíveis e classificáveis, são chamados de “referências artísticas” e glamourizam ainda mais os itens produzidos. O artista, o profissional de criação e afins destacam-se quanto mais referências conseguem perceber e inserir em seus produtos; mas o que eles fazem em não é exatamente “criar”, mas reproduzir o que é reconhecível e que pode ser desejável pelos diferentes grupos consumidores.

Horkheimer (2000) aponta que a *mimesis* é base para a aprendizagem e socialização. Firmada nessa faculdade humana, o que se faz na produção da indústria cultural é oferecer

modelos para a mera reprodução (desaturada), planejada e padronizada; visa-se à produção em massa, uma rápida aceitação da mercadoria e um ágil escoamento da produção.

A breve sequência de intervalos, fácil de memorizar, como mostrou a canção de sucesso; o fracasso temporário do herói, que ele sabe suportar como *good sport* que é; a boa palmada que a namorada recebe da mão forte do astro; sua rude reserva em face da herdeira mimada, são, como todos os detalhes, clichês prontos para ser empregados arbitrariamente aqui e ali e completamente definidos pela finalidade que lhes cabe no esquema. Confirmá-lo, compondo-o [participando], eis aí sua razão de ser. Desde o começo do filme já se sabe como ele termina, como é recompensado, e, ao escutar a música ligeira, o ouvido treinado é perfeitamente capaz, desde os primeiros compassos, de adivinhar o desenvolvimento do tema e sente-se feliz quando ele tem lugar como previsto (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 117-118).

O filme promete apresentar uma história nova, até uma trama nova. Mas apresenta o que já faz parte da Indústria Cultural, com aparência de coisa nova - que fica por conta de novos atores e celebridades que imitam os anteriores, melhores performances que reverenciam os grandes a antigos “mestres” da interpretação, efeitos, aparatos e técnicas aprimorados que suscitam as mesmas reações. Recontam as mesmas histórias, repetem as mesmas sínteses e ideias esquematizadas (Adorno & Horkheimer, 1985a). O público, por reconhecer os mesmos esquemas, é levado a crer que está tudo em ordem. Ele se sente feliz e recompensado quando as coisas acontecem como se previa; o indivíduo sente-se integrado quando suas reações se alinham com as do público, que por sua vez modela sua reação particular - note-se a influência do coletivo sobre o individual, evidenciada no público do cinema (Benjamin, 1987a). As pequenas surpresas, as piadas, o clímax, o vilão em sua vileza, o herói em sua jornada, a mocinha em sua fragilidade e muitos outros clichês, fazem o espectador se sentir confortável e acariciado pelos produtos que consome (Adorno & Horkheimer, 1985a).

Atualmente, nota-se um movimento de “renovação” dos clichês midiáticos e cinematográficos. Esse processo, influenciado por movimentos sociais atuais, coloca como protagonistas figuras antes secundárias<sup>28</sup>, com exaltação de atitudes e valores requeridos socialmente, elogiados na atualidade. Tal inovação é, aparentemente, algo novo que chega, mas é essencialmente a oposição de velhos e conhecidos clichês e estereótipos, agora criticados, superados ou negados, processo no qual se criam novos estereótipos. Trata-se de uma superação questionável, já que se baseia na negação de algo existente, que acaba por reafirmar a lógica da coisa que se nega. A superação da lógica instalada requereria o esclarecimento: o movimento dialético para consciência e crítica (Adorno, 1995a; Adorno & Horkheimer, 1985c).

---

<sup>28</sup> Como exemplo, há filmes recentes com mais tempo de tela, falas (argumentos) mais importantes e melhor desenvolvimento de personagens femininos, negros e anti-heróis.

Com o filme sonoro (em comparação ao filme mudo), o registro da realidade social propiciado pelos aparatos tecnológicos que captavam e copiavam os objetos empíricos com elevada perfeição, o espectador tinha a experiência de perceber o mundo externo à sala de cinema como um prolongamento do filme que assistia. A ilusão de um mundo sem ruptura - o mundo exterior e o filme, a fantasia e a realidade - deve-se à perfeição técnica com a qual se reproduz o mundo cotidiano. Em sua fidelidade com o mundo empírico, o filme age na percepção, perfazendo-se a lei da produção<sup>29</sup>. A reprodução mecânica dos filmes ampliou o alcance dessas duplicações modificadas da realidade instaurou uma tendência comparativa entre a vida e o filme. Para a Indústria Cultural é bastante interessante que “a arte imite a vida” e vice-versa, que não haja distinção entre a fantasia e a realidade (Adorno & Horkheimer, 1985a).

Com o franco progresso tecnológico aplicado ao cinema e o avanço das técnicas cinematográficas, a percepção da realidade se modifica ainda mais<sup>30</sup>. A cena que antes requeria muitas palavras e imaginação, agora é apresentada prontamente, até mesmo sem qualquer palavra, talvez até mais impactante do que se imaginou. O filme traz a personagem, os objetos, as situações, para diante dos olhos com brilho, cor, som e movimento. A experiência cinestésica<sup>31</sup> do cinema favorece a distração e a permanência no contato superficial (Benjamin, 1987a). O realismo favorece a identificação. O filme retrata a vida, e o espectador retribui, desejando e pretendendo reproduzir em sua realidade cotidiana o que experimentou no cinema. A perfeição da técnica ilude porque distrai e incentiva a fantasia, esmaecendo a distinção entre o mundo do filme e o mundo exterior. Ambos se tornam prolongamentos um do outro, sem ruptura, que se confirmam pelos detalhes e realismos planejados e desempenhados com técnicas perfeitamente executadas e equipamentos mais potentes (Adorno & Horkheimer, 1985a).

---

<sup>29</sup> Castells (2003), de uma trajetória intelectual diferente, retrata a inserção da realidade da comunicação de massa nos processos psicossociais: “A comunicação individual de massa reflete um lado da moeda de nossa sociedade, que já incorporou o código televisivo e cinematográfico, passando a reger-se por suas regras quanto a aparência, atitudes e opiniões. Hoje estamos tão impregnados desse universo audiovisual midiático, do qual, após anos de absorção, regurgitamos essa produção, seu imaginário, seus ideais, tudo mistura de vários ‘eus’ disformes e retorcidos pelas imagens originais. É necessário refletir sobre os limites entre as marcas, as empresas e os indivíduos, além de falar de realidade e ficção, subjetividade e construção do ‘eu’”.

<sup>30</sup> O processo de modificação da percepção da obra e da realidade se inicia bem antes do surgimento do filme e ocorre ao longo da evolução da reprodutibilidade técnica da obra de arte; o cinema se faz possível com o desenvolvimento da fotografia e, com a sincronização de áudio, aprimora-se no filme sonoro.

<sup>31</sup> Conforme o Dicionário de Psicologia (Stratton & Hayes, 1997): Cinestesia (ou Cenestesia) é o estudo dos padrões de comportamento humano e da comunicação (não verbal) relacionada a eles. Cinestésico refere-se ao conjunto de sensações de movimento (musculares) percebidas, cujos estímulos provém do próprio organismo. Os sentidos cinestésicos (que não dependem da percepção dos órgãos dos sentidos) detectam os movimentos do corpo: por exemplo, proprioceptores detectam o equilíbrio e os movimentos e orientação dos membros do corpo, dando impressões sensoriais genéricas do organismo.

O filme é pensado e produzido de modo que o espectador não desvie sua atenção dele, distraído com seus próprios pensamentos. Sua construção e seus efeitos “[...] proibem a atividade intelectual do espectador, se ele não quiser perder os fatos que desfilam velozmente diante de seus olhos” (p. 119). Aos detalhes é dada grande importância e o espectador será recompensado se, disciplinadamente, entregar-se sem resistências à experiência estética oferecida (*Idem*).

Um determinado desempenho da atenção é exigido do espectador e inculcado desde cedo por meio dos diversos produtos culturais consumidos. O esforço educativo (adestrador) acostuma o espectador, preparando-o para consumir os outros produtos culturais. Assim esse padrão de conduta é automatizado e favorece o processo de repressão da imaginação, que é substituída pelos elementos apresentados no filme. Prontamente ele silencia a imaginação e o pensamento e se entrega à experiência sensível que lhe é oferecida/imposta nos produtos da Indústria Cultural. O espectador “está tão absorvido pelo universo do filme - gestos, imagens e palavras - que não precisa lhe acrescentar aquilo que fez dele um universo” (Adorno & Horkheimer, 1989a, p. 119). O filme fecha-se em si mesmo e cria um mundo lógico próprio. Ele envolve o espectador, mesmo que este não esteja completamente dominado no momento da exibição do filme. Esse efeito não vem apenas de um ou outro produto, mas de todos em conjunto na sociedade.

Ultrapassando de longe o teatro de ilusões, 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 permanecendo, no entanto, livres do controle de seus dados exatos, e é assim precisamente que o filme adentra o espectador entregue a ele para se identificar imediatamente com a realidade. Atualmente, a atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural não precisa ser reduzida a mecanismos psicológicos. Os próprios produtos – e entre eles em primeiro lugar o mais característico, o filme sonoro – paralisam essas capacidades em virtude de sua própria constituição objetiva (*Ibidem*).

Os meios de comunicação em massa não precisam mais preocupar-se em apresentar arte ou ocultar que não o fazem. Podem ser declaradamente comerciais que o público não se importará com isso. O que se produz para os meios de comunicação em massa basta parecer arte<sup>32</sup> que é suficiente para os fins comerciais que intentam. O cinema, o rádio, a televisão, a revista - e a internet - são apenas negócios. (*idem*).

---

<sup>32</sup> Isso facilita o processo de reprodução em série. Precisa ter algo da arte, e a Indústria Cultural fará insistentemente o empréstimo da arte. Chega-se a esse ponto pela deterioração da aura da obra de arte, conforme Benjamin (1987a).

Dentre outros agentes do discurso ideológico, o filme, em especial, cumpre a função de inscrever a onipotência<sup>33</sup> da dominação na consciência do público por meio dos estereótipos abundantemente explorados. O filme é um acesso à fantasia, onde tudo é possível. Ao se identificar com o enredo e os personagens, o espectador transporta-se para a fantasia. A fronteira entre realidade e fantasia é transposta com mais facilidade. Os elementos sensíveis e a narrativa conferem realidade ao filme. O realismo do filme contribui para a identificação, posto que a experiência estética propiciada tem ação formativa, modelando a percepção e os modos de pensamento (ideologia) e comportamento (esquemas de modos de comportamento) (Adorno, 1986b). O sujeito modifica não apenas a percepção sobre o objeto artístico - filme - mas também sobre a realidade e sobre si mesmo (Adorno & Horkheimer, 1985a; Benjamin, 1987a).

Cabe lembrar o papel do narcisismo nesse processo identificatório, que impele o indivíduo a espelhar-se nas figuras idealizadas apresentadas na mídia como referências; a identificação estimulada pelos produtos oferecidos alinha os desejos dos espectadores aos próprios produtos e à ideologia subjacente (desejos estes fabricados pela exaustiva exibição). Contribuem com essa perspectiva os estudos de Freud (1914/2010a, 1921/2011) ao tratarem do narcisismo e da psicologia das massas como parte do processo civilizatório e, portanto, socializador. Lasch (1984) avança nessa linha, identificando um modelo de sociedade que reforça o narcisismo e amplifica seus efeitos, tanto no âmbito subjetivo quanto objetivo. Adiante, essa questão será tratada mais detidamente.

## **2.1. A reprodutibilidade técnica da arte e o Cinema**

O cinema foi possível graças às condições criadas pela evolução tecnológica. Pouco a pouco, dado o avanço técnico e tecnológico foram ampliadas as possibilidades de expressão artística, assim como ampliou a capacidade de reprodutibilidade técnica das obras de arte. “Por princípio, a obra de arte sempre foi reprodutível” (Benjamin, 1987a, p. 165), para praticar, para divulgar ou para lucrar. A obra de arte também pode ser considerada uma reprodução, uma mimese<sup>34</sup> da realidade e do universal. A questão que o autor destaca não é reprodução em si,

---

<sup>33</sup> O dicionário Aurélio (Ferreira, 2004a) indica nesse verbete “Onipotência” como a sensação de poder ilimitado, de ser capaz de tudo e qualquer coisa, de não ter limites, apenas possibilidades. A condição de ser todo-poderoso; poder total, absoluto, infinito, divino; autoridade ou soberania extrema, quase ilimitada, frequentemente despótica.

<sup>34</sup> Apoiando na ideia platônica de mimese, que vê a arte como imitação da realidade, Benjamin aponta a arte como um tipo de reprodução, mas diferente da que temos hoje, porque é ainda uma criação.

mas o estabelecimento de processos produtivos industriais na produção e reprodução artística. A fotografia é “o primeiro meio de reprodução verdadeiramente revolucionário” (*Idem*, p. 172). Ela registra com mais rapidez e precisão que o desenho; ela acelera a produção de imagens, aproximando-se da capacidade da fala. O olho capta rapidamente a imagem, adaptando-se facilmente à velocidade de registro do cotidiano. Abre-se, assim, o caminho para o cinema no final do século XIX. A reprodução técnica do som no início do século XX permitiu um novo passo com a sincronização audiovisual. O cinema falado pôde atender mais adequadamente o homem moderno e exprimi-lo em sua magnitude - e contradições. O filme constitui um modo coletivo de o homem representar a si e seu mundo, capturando, editando e reproduzindo-os com o auxílio da máquina.

Nas obras cinematográficas, a reprodutibilidade técnica do produto não é, como no caso da literatura ou da pintura, uma condição externa para sua difusão maciça. A reprodutibilidade técnica do filme tem seu fundamento imediato na técnica da sua reprodução. Esta não apenas permite, da forma mais imediata, a difusão em massa da obra cinematográfica, como a torna obrigatória. A difusão se torna obrigatória porque a produção de um filme é tão cara que um consumidor que poderia, por exemplo, pagar por um quadro, não pode mais pagar um filme. O filme é uma criação coletiva (*Idem*, p. 172).

O desenvolvimento do cinema envolve aspectos técnicos e sociais. A reprodutibilidade técnica leva o cinema às massas (e as massas ao cinema, à sala escura), reproduzindo em grande escala e intensidade seu modo de arte. “O filme é uma forma cujo caráter artístico é em grande parte determinado por sua reprodutibilidade” (Benjamin (1987a, p. 175), tanto no realismo do registro da realidade quanto na ampla capacidade de exibição. As possibilidades da reprodutibilidade ampliam o valor de exposição, reduzindo o valor de culto da obra. O cinema precisa, então, agregar elementos de valor de culto, reagindo à *degradação da aura*<sup>35</sup> de seus objetos culturais. Ele torna a arte mais acessível à comunidade, isto é, ela é aproximada e possível de ser apropriada. Mas a popularização afeta a qualidade da própria arte e também gera consequências sociais. Ao mesmo tempo em que essa experiência é individual, ela é, também,

---

<sup>35</sup> Benjamin (1987a) explica a aura da obra de arte como a característica essencial que atribui o elemento artístico à obra. Assim, o que o artista expressa em sua obra é algo autêntico, singular, universal, que requer contemplação, e que reúne elementos espaciais e temporais em sua realização e exposição, seja um quadro, um escrito, uma performance de uma música ou uma peça de teatro. Isso sustenta o valor de culto da obra, posto que tem valor de exposição reduzido. Diferentemente dessas produções artísticas auradas, que só podem ser admiradas em um determinado lugar e momento, as obras cinematográficas podem ser exibidas inúmeras vezes, em qualquer tempo e lugar. Isso não se dá apenas com o filme, mas com qualquer obra de arte que é reproduzida mecânica e massivamente. Assim, o autor frisa a importância do aqui-e-agora para manter a unidade da obra de arte, reunindo o particular e o universal na experiência estética do indivíduo. Assim, a reprodutibilidade técnica de uma obra de arte degrada sua aura, prejudicando inclusive sua condição de obra de arte e seu papel social.

massificada devido à ação ideológica do sistema capitalista que encontrou no cinema um campo amplo e disponível (*Idem*).

O cinema rejeita o valor de culto, não só devido ao fato de provocar no público uma atitude crítica, mas também pelo fato de tal atitude crítica não englobar, no cinema, a atenção. O público é um examinador, porém, distraído (*Idem*, p. 194).

Essa atitude crítica é um modo de agregar valor de culto ao cinema. Ela não permite necessariamente o esclarecimento, mas o substitui por informações diversas e estatísticas úteis a esse modo de crítica; ela se liga à técnica cinematográfica e a outros aspectos da obra fílmica. Há um cerceamento da crítica, que é orientada por técnicas, a fim de que se circunscreva à obra do cinema e às suas tangências do contexto social. A atitude crítica instaurada redireciona a atenção ou a desarticula, sem que se possa concentrar nas contradições sociais ou identificar-se com o universal. Ao dissolver a atenção do espectador, retira dele as condições de contemplação da experiência estética. Estabelece-se uma aparência de crítica, que não promove verdadeiramente uma compreensão das condições humanas. O examinador distraído critica o que não vê com nitidez ou o que lhe ocorreu de sobressalto; desatento, não experienciou e, portanto, não pôde conhecer, mas está ávido para participar com a parcela de atitude crítica que lhe foi concedida.

O cinema difunde a obra e a aproxima do público, torna-a familiarizada: no processo de reprodução, o único é substituído pelo serial. Seu valor de exposição demanda novas funções, antes apenas acessórias à função artística. Ao tornar-se interesse do mercado, a obra de arte tem sua aura degradada e já não pode ser tratada como arte, mas um produto artístico ou mercadoria cultural (Benjamin, 1987a).

A técnica do filme é inerente ao cinema tradicional desde seu nascimento. As próprias questões técnicas e necessidades operacionais do cinema desassocia a representação do ator de seu público, além de quebrar a continuidade dos atos em uma série de frações. No cinema, impera a lei da montagem técnica, realizada para atingir uma perfeição digna de uma grande obra de arte. Um filme talvez só se constituísse em uma obra de arte a partir da montagem, quando se organizam intencionalmente diversos fragmentos de acontecimentos, compondo uma narrativa que, por si só, não é arte. Essas frações registradas e aglutinadas apresentam uma perspectiva da realidade que representa algo e atende a um objetivo que nasce na concepção da obra. Acontecimentos não artísticos reproduzidos em um filme, na ordem e no ritmo que o diretor define conforme seu intento artístico, podem evidenciar a arte que o cinema propicia (*Idem*).

Sendo possível representar o humano e seu mundo pelo aparato tecnológico, a imagem se torna destacável e transportável para ser vista pela massa em qualquer lugar e tempo. Para o cinema, não há o ponto de cisão entre ilusão e não ilusão; sua natureza ilusória deriva da montagem. O que vemos no filme não é a realidade em si, mas uma tradução dela feita por um dispositivo administrador - composto por equipamentos, técnicas de fotografia, montagem, representação dos atores, desígnios do diretor e produtores. O filme é como um filtro pelo qual olhamos a realidade, construindo uma realidade desejável e identificável. O aparelho que registra a realidade não é percebido devido às técnicas aplicadas e à montagem. Com isso, a realidade imediata é vista através de um conjunto de técnicas que direcionam a percepção, provocando efeitos, selecionando e impondo conteúdos).

O filme acabado não é produzido de um só jato, e sim montado a partir de inúmeras imagens isoladas e de sequências de imagens entre as quais o montador exerce seu direito de escolha – imagens, aliás, que poderiam, desde o início da filmagem, ter sido corrigidas, sem qualquer restrição. O filme é, pois, a mais perfectível das obras de arte (*Idem*, p. 175).

Mesmo em seus aspectos mais positivos, a função social do cinema não pode ser apreendida sem se considerar seu caráter destrutivo e catártico. O cinema aniquila o valor tradicional do patrimônio cultural, degradando sua aura artística. Ele também fragmenta e decompõe a realidade, remontando-a como lhe for útil. Isso alcança profundamente o indivíduo e, pela identificação que promove, serve para que ele diga e viva o que não pode dizer e viver no seu cotidiano. O caráter mercadológico - de entretenimento - dos bens culturais reduz sua significação social como arte. O público é levado a divorciar as atitudes de fruição e de crítica quando diante de um bem cultural: ou o desfruta ou o critica.

Uma das funções sociais mais importantes do cinema é criar um equilíbrio entre o homem e o aparelho. Essa tarefa não é apenas realizada pelo modo com que o homem se representa diante do aparelho, mas pelo modo com que ele representa o mundo, graças a seu aparelho” (Benjamin, 1987a, p. 189)

Na sociedade moderna, a técnica emancipada se apresenta como uma segunda natureza - que o homem inventou, mas não pode controlar. Diante dessa natureza, o homem precisa aprender a estar na sociedade e a arte se presta a esse aprendizado. A arte comercializada pelos meios de comunicação de massa contribui substancialmente para a integração desse indivíduo à sociedade. O cinema exerce importante papel na adaptação do indivíduo a seu tempo de mudanças, por meio das representações do homem e de seu mundo. O próprio cinema é fruto dessas mudanças tecnológicas e sociais do tempo moderno.

O filme serve para exercitar o homem nas novas percepções e reações exigidas por um aparelho técnico cujo papel cresce cada vez mais em sua vida cotidiana. Fazer do

gigantesco aparelho técnico do nosso tempo o objeto das inervações humanas - é essa a tarefa histórica cuja realização dá ao cinema o seu verdadeiro sentido (*Idem*, p. 174)

Assim, o filme provoca efeitos nos espectadores. Ele modifica o modo dos espectadores de se relacionarem com a arte e com a própria realidade. A distração que o filme oferece ocupa os sentidos e as sensações físicas. A recepção visual e tátil do espectador se modifica na experiência coletiva do cinema. A sequência de imagens e o ritmo da ação e das mudanças de lugares e tempo provocam um choque à percepção do espectador. Ele é obrigado a adaptar-se à experiência estética imposta e, então, condiciona-se a comportamentos automáticos, evocados quando consome um filme ou outro produto cultural. Por meio de hábitos que o próprio filme estabelece (assim como todos os meios de comunicação de massa), ele molda seu espectador como um fiel consumidor. Por meio da diversão, o filme transmite a ideologia hegemônica, apresentando esquemas de comportamento socialmente validados (Adorno, 1986b; Adorno & Horkheimer, 1985a; Benjamin, 1987a).

No cinema, fantasia e realidade não são claramente diferenciáveis, nem interessa que o sejam. O filme reproduz a realidade dos espectadores, decompondo-a e remontando-a de modo a produzir o efeito desejado. A lei suprema da montagem possibilita ao cinema ser visto como arte. À medida que apresenta remontadas com significados em diversas camadas as representações do mundo, os espectadores se identificam - dada a proximidade com seu cotidiano ou seu fator catártico - e tendem a reproduzir no cotidiano a experiência estética que tiveram com o cinema. A distribuição em massa de um bem cultural degrada sua aura por modificar suas características; isso altera a percepção do observador sobre ela, levando ainda a modificações na percepção do mundo. Com o filme, que já é um produto em massa desde sua concepção, a experiência estética que ele propicia também causa profundas mobilizações e modificações nos espectadores quanto ao modo de recepção e à relação com o mundo (Adorno, 1986b; Adorno & Horkheimer, 1985a; Benjamin, 1987a).

Assim, a Indústria Cultural realiza e mantém ativa a dominação do sistema capitalista, que forma a sociedade moderna. É como o 'braço do feitor', disfarçado de malabarista habilidoso ou de palhaço engraçado (ou, ainda de malabarista assustador e de palhaço triste). Ela viabiliza a lógica de uso dos elementos culturais, por meio da integração do entretenimento ao sistema, como ação ideológica - isto é, com intenção de distrair, docilizar e aderir os indivíduos a seu modo de produção e à lógica de troca. Todos os discursos ideológicos que compõem a Indústria Cultural servem para manter inalterada a estrutura de poder. Vende-se uma aparente harmonia social com promessas de sucesso, satisfação e felicidade. Seja por meio da promessa identitária de um estilo ou da diversão do entretenimento sem fim, implanta-se a

lógica de troca e a ética do trabalho que organizam o modo de uso do tempo livre. Os bens culturais apresentam o que for preciso para manter ocupados os sentidos dos trabalhadores, acomodando-os em consumidores, radical e sutilmente desumanizados (Adorno & Horkheimer, 1985a).

## **2.2. Recepção tátil e Recepção ótica**

Ao longo da história, a coletividade humana modifica sua forma de existir concomitantemente com as alterações nas formas de percepção sensorial da realidade em que vive, por sua vez possibilitada pelos avanços dos meios tecnológicos que a própria humanidade gera na interação com seu mundo. A organização da percepção sensorial humana é dependente de processos tanto naturais quanto históricos. A recepção de um bem cultural envolve o aspecto do uso e o da percepção. Com a aproximação da obra de arte dos indivíduos e do cotidiano, ocorre o processo de degradação da aura da obra de arte. De tão perto que o objeto está, a contemplação é superada pela possibilidade tátil e surge, então, o desejo e a necessidade de dominar o objeto, de possuí-lo, seja um original, seja uma reprodução. Essa forma de percepção que capta o objeto destruindo sua aura vem de uma busca intensa de perceber o que é “semelhante no mundo”, identificar-se e possuir, consumir, devorar (Benjamin, 1987a).

O cinema enriqueceu as possibilidades de percepção com suas técnicas de fotografia e equipamentos. Por ser mais autônomo que a reprodução manual, ele pode dar ênfases e fazer os ajustes que quiser; facilitada pela tecnologia permite criar uma ótica diferente, não natural, e desconhecida do público. O cinema modifica a relação do espectador com a arte, afetando sua percepção tanto da arte, quanto da realidade. Mudar a percepção da realidade influencia, por sua vez, a constituição dos indivíduos e, ainda, o modo de a humanidade lidar com a realidade. Ao mesmo tempo, retira o público da posição de contemplação - recepção visual - e lança-o na condição de participação - recepção tátil, sensorial. Em toda amplitude da percepção ótica e acústica, o cinema teve como consequência um aprofundamento da percepção. A natureza da linguagem da câmera é diferente da do olho humano, principalmente porque em vez de um espaço preenchido conscientemente pelo homem, surge, inconscientemente, outro preenchimento. A câmera, com seus meios auxiliares, leva-nos à experiência do inconsciente ótico<sup>36</sup>. O fenômeno da percepção coletiva, da audiência em massa, também tem papel

---

<sup>36</sup> Uma construção não consciente ou irracional, acessada pela recepção visual, que objetiva seus conteúdos – universais e particulares – na realidade, abaixo do controle dos indivíduos, mas estimulado pela coletividade.

importante nas modificações na percepção do indivíduo, pois altera os significados sociais dos elementos artísticos. No cinema, a reação coletiva do público é um conjunto das reações dos indivíduos que, por sua vez, é condicionada mediante a reação da massa. O próprio público controla as reações conforme se manifesta (Benjamin, 1987a).

A obra de arte, no sentido tradicional, necessita de recolhimento do indivíduo - atitude de introspecção e reflexão - porque ela não dá prontamente sua significação; uma contemplação, possivelmente mais demorada que uma cena de filme, é o que permite alcançar a arte em sua qualidade e, então, ser alcançado por ela. O cinema faz uma exigência diferente, não do recolhimento e da concentração - o culto da arte - mas da abertura e da distração - a diversão do entretenimento. Ele exige de seu espectador uma adaptação ao efeito de choque que suas sequências de imagens e ritmos causam. Há um embate entre a diversão e o reconhecimento: a primeira leva as massas distraídas a se apropriarem da obra, tão próximas que estão, enquanto o outro faz o observador mergulhar na obra pela contemplação, pelo distanciamento que pede. Com a degradação da aura, novas atitudes em relação às obras de arte são definidas a partir da massa e seus comportamentos habituais e desejos; a quantidade se torna mais importante que a qualidade e novos modos de participação do público são exigidos por ele mesmo (*Idem*, 1987).

A massificação dos bens culturais assemelha-se à democratização do acesso à arte. Porém, o que parece democratização e participação coletiva se constitui na manifestação do consumo. Há o aspecto positivo dessa mudança social, que reduz barreiras aos conteúdos artísticos e à experiência estética. Mas deve-se manter em vista o quadro todo, considerando-se os efeitos que as mudanças promovem no indivíduo e na coletividade, inclinando-os ao consumo e ao individualismo, ao invés de abrir possibilidade de crítica, autocritica e esclarecimento. A contemplação é valiosa à formação humana e à vida coletiva, mas o apelo comercial do entretenimento e as relações de troca promovem eminentemente o consumo.

A distração que a diversão do cinema oferece envolve todos os sentidos do espectador; alcança também a coletividade de modo a instruir os indivíduos. O filme fascina os olhos e ouvidos e afeta o espectador também em suas sensações táteis (cinestesia), provocadas pela ação e pelas mudanças de espaços em intervalos de tempo. Pretende-se produzir nos espectadores um efeito de choque, ao qual devem adaptar-se para continuar a diversão (Benjamin, 1987). Como isso se repete em todos os filmes, por todo filme, condiciona-se a recepção do espectador (pelo uso e pela percepção) e o modelo de comportamento automatizado (um hábito), que já prescreve um modo de atenção e as reações dos espectadores, necessários

para o aproveitamento do entretenimento (Adorno & Horkheimer, 1985a). A obra cinematográfica oferece distrações e, mesmo nessa condição, podem-se criar hábitos e se reagir a demandas provocadas. O hábito nasce da simples observação e da repetição, não precisando de uma elevada atenção. O hábito acomodado é que vai determinar, em grande medida, a recepção ótica e a tátil - tanto individual quanto coletiva - mais efetivamente do que a atenção do espectador (Benjamin, 1987a). Assim, a Indústria Cultural, por meio da arte cinematográfica, seria capaz de mobilizar os espectadores. O cinema, predominantemente tátil, é contexto privilegiado para a distração, que garante sua influência sobre as massas.

A recepção na diversão, cada vez mais perceptível em todos os domínios da arte, e que é sintoma das mais profundas alterações das estruturas perceptivas, tem no cinema o seu verdadeiro instrumento de exercício. No seu efeito de choque, o cinema vai ao encontro desta forma de recepção. [...] Nada revela mais claramente as violentas tensões do nosso tempo que o fato de que esse dominante tátil prevalece no próprio universo da ótica (Benjamin, 1987a, p. 194).

No cinema moderno, depois das mudanças que já promoveu e de toda assimilação social de suas tecnologias e seus efeitos, seria possível que os espectadores não fossem mais passivos na reflexão enquanto permanecem ativos na interação para diversão? Sim, contudo, formar essa passividade é o que poderia garantir a continuidade desse modo de comunicação em massa, gerando um público cativado, condicionado, adaptado. A condição de ter experiências estéticas formativas na mediação com o cinema não está disponível para todos, mas para alguns que podem compreender as camadas de significados e refletir sobre a totalidade envolvida, o universal e o particular, as ideologias, as padronizações, os discursos de dominação e a barbárie. A condição de resistência de um espectador emancipado não é natural, mas desenvolvida, no esforço contrário do realizado para a acomodação deste às distrações divertidas da Indústria Cultural. Apesar de toda a ideologia envolvida desde a constituição até a distribuição e consumo dos filmes, poderia o indivíduo, por meio do cinema, ser reeducado para alcançar um esclarecimento e uma emancipação?

Para adentrar o campo das perspectivas formativas do filme, é importante reorganizar as concepções que se tem de um filme e ampliar as possibilidades de análise e de crítica. Pressupõe-se, de modo geral, pela experiência imediata e irrefletida, que o cinema seja um fenômeno especialmente visual; esquece-se do elemento sonoro. Contudo, como sugere Penafria (2003), é preciso ouvir as imagens e ver os sons. A autora esclarece que, no cinema, não se pode fazer a divisão simplista: o som é dirigido aos ouvidos e as imagens, aos olhos. Seria uma distinção inútil à linguagem cinematográfica, por ignorar, em primeiro lugar, o silêncio, tanto do som quanto da imagem, que tem papel essencial na construção de uma obra

cinematográfica. “O silêncio sugere emoções e estimula outros sentidos” (p. 1). Em segundo lugar, essa simplificação desvaloriza os sentidos. Não se percebe com um sentido ou apenas um estímulo. Os sentidos humanos não funcionam isoladamente uns dos outros e não percebem distintamente cada estímulo, mas os sentidos e os estímulos se inter-relacionam. Dessa relação constituem-se os pensamentos e a memória. Percebe-se o mundo como um conjunto, uma organização de coisas, e percebemos com a totalidade de quem somos, quer dizer que há mais em jogo que apenas os órgãos dos sentidos, mas também os pensamentos e memórias, histórias e fantasias, necessidades e expectativas, hábitos e capacidades etc.

No filme, todos os sentidos são ativados e uma gama de estímulos são percebidos. Imagens e sons alcançam mais imediatamente o espectador do que o tato, o paladar e o olfato - que são estimulados pelas imagens e sons (Penafria, 2003). A experiência estética que o filme proporciona atinge os sentidos dos espectadores; por isso ele deve ser considerado uma experiência sensorial ampla, cinestésica, não simplesmente audiovisual (Benjamin, 1987a).

Há uma comunicação constante do filme na direção do espectador, seja na apresentação ou no silenciamento de estímulos, em diferentes níveis de apresentação - manifesto ou subjacente - e de compreensão - consciente e inconsciente (Adorno & Horkheimer, 1985a). Aliás, parte dessa comunicação imagética não é compreendida pelos tratos racionais, mas concebida, isto é, assimilada à parte da racionalidade (Duarte, 2008). As tecnologias são mudas, o cinema não; nele, o silêncio também é ouvido: “O silêncio da imagem sugere o som - e também estimula outros sentidos; essa parte que falta à imagem é preenchida pela nossa imaginação” (Penafria, 2003, p. 1).

A história do cinema demonstra que sua evolução - como produto e como linguagem - foi determinada pelos inventos tecnológicos relativos ao registro e tratamento da imagem e do som e dos próprios equipamentos. Avanços tecnológicos influenciaram o cinema, assim como o desenvolvimento deste demandou novas tecnologias. O cinema promoveu a reprodução mecânica sincronizada da imagem e do som. No filme, essas duas dimensões são interdependentes, seja na representação de uma realidade, seja numa narrativa ficcional (Araujo, 1995; Penafria, 2003).

Os diálogos suportam e são necessários para a construção de uma boa história, de um bom argumento, e a música acompanha a imagem (em plena sintonia e harmonia), reforçando seu maior ou menor dramatismo. [...] a música acompanha as imagens glorificando [o evento] (Penafria, 2003, p. 3).

Importante é considerar que o caminho de integração e aceitação completa do som no filme não foi imediato ou natural. Do surgimento do cinema apenas com imagens (1895) até o cinema falado (1927), foram mais de 30 anos de evolução e experimentação de técnicas e teorias

cinematográficas. Som e imagem são colocados juntos não meramente por possibilidade técnica, mas pelo que um pode agregar ao outro. Trata-se de uma opção cinematográfica, conforme ideias, intenções e estilo do diretor. Estabelece-se uma relação forçada entre essas instâncias estéticas, possibilitada pela tecnologia, que busca atender o autor no seu potencial criativo. Com o uso técnico do som - tanto o produzido em estúdio quanto o registrado *in loco* - proporcionou-se maior realismo ao filme, aproximando a experiência cinematográfica da cotidiana (Bergan, 2009a; Penafria, 2003).

Os principais meios de comunicação de massa (cinema, televisão, tecnologias computacionais) são eminentemente visuais, ou seja, veiculam predominantemente imagens. Registros sonoros e sua difusão (rádio, fonografia musical) estão cada vez mais subordinados aos sistemas de imagens. Esse padrão se encontra na construção dos mais variados gêneros de filmes e dos telejornais (Duarte, 2008).

Uma imagem sugere um som e vice-versa. Cada elemento tem sua força e os dois se combinam: pode-se ouvir a imagem e ver o som. Ambos são essenciais a uma narrativa. A imaginação atribui imagens a partir dos sons que se perceberam e vice-versa. Os estímulos fazem pressupor imagens e sons que não se apresentaram. Essas situações ficam evidenciadas quando a imagem e o som não estão sincronizados. A música leva o espectador a reagir a uma imagem de modo diferente do que seria sem ela. As situações narradas também evocam lembranças de imagens, de sons e de músicas que não estão presentes. Primeiro vêm as ideias, depois a tecnologia possibilita a realização delas. A “composição sonora [de um filme é] concebida especialmente para a audição na sala escura, [considerando as] condições psicológicas do ambiente cinematográfico” (Penafria, 2003, p. 4). Os realces e os silenciamentos de sons e das imagens do cotidiano e do cinema têm uma intenção prévia. Os sons e as imagens utilizados no filme e o modo como são montados servem aos efeitos que se pretende provocar no público (Araujo, 1995; Penafria, 2003). As reações do público durante a exibição do filme e as reações individuais se regulam mutuamente e, até mesmo o que se comenta do filme fora da sala de cinema - da experiência com o filme - gera efeitos não somente sobre essas imagens em si, mas sobre o modo como o espectador olha e experimenta essas construções culturais. Ao ser representado imagetivamente, o objeto é afastado da experiência direta. As técnicas fotográficas e as questões estéticas se interpõem entre o indivíduo e os objetos representados (objetivos e subjetivos) e interrompem a relação direta com a realidade, ao mesmo tempo em que apresentam os objetos e as situações de modo que os espectadores possam com eles se identificar (Adorno, 1986b; Penafria, 2003).

### 2.3. Filme: mercadoria e agente ideológico

O filme é um representante por excelência da Indústria Cultural. Um filme não é inicialmente uma obra artística que, em um segundo momento, é reproduzida em massa - como se faz com uma obra de arte tradicional; o filme é propriamente um produto em massa, desde sua concepção, passando pela unidade das técnicas que o constituem (representação e tecnologia inerente) até sua distribuição para o grande público e o escalonamento de produtos derivados. O que é produzido no filme atende às recomendações dos especialistas em cinema; os produtos pertencentes originalmente a meios diferentes - como a literatura - devem ser pensado já em sua concepção como adaptáveis ao cinema. A mera transposição da obra literária para o filme não funciona bem na indústria do entretenimento; existem diferenças entre as expressões artísticas que requerem um esforço de adaptação. Enquanto um romance se vale das palavras para descrever imagens e situações - e levar o leitor a imaginar a história, as personagens, os diálogos etc. - para o cinema, a linguagem imagética pode suprimir muitas palavras e, com isso, imprime um ritmo diferente à narrativa; os gestos complementam as falas e um diálogo pode até prescindir de palavras (Adorno, 1986b).

No filme, a dimensão corpórea da personagem torna mais empírica a narração e as situações e personagens se concretizam na exatidão da representação, o que torna o filme mais realista. O filme supera a distância, que é inerente ao livro, por mais detalhada que sejam as descrições deste; ele aproxima a narrativa das experiências dos espectadores; estes podem reconhecer seu cotidiano com facilidade e se identificar com o filme e as personagens. À medida que as personagens são e agem de modos mais realistas, instala-se algo que não existia no romance escrito: a “aparência de imediatez” (sic) (Adorno, 1986b, p. 101), que traz a realidade para mais perto e mais agora, reforçando a identificação dos espectadores com o mundo retratado.

O filme expressa duas naturezas concomitantes: o aspecto técnico imanente e o aspecto artístico. A base da estética do filme é a ancoragem em experiências subjetivas, apesar da técnica utilizada; ao mesmo tempo, o meio técnico aproxima da experiência empírica a narrativa. O indivíduo pode identificar-se com o que lhe é apresentado tanto pela subjetividade evocada quanto pela realidade objetiva rerepresentada, mesmo que remontada. A estética do filme constitui um instrumento de ativação subjetiva, o que atribui o tom artístico do produto.

Assim, na busca de objetivar<sup>37</sup> essas experiências do campo subjetivo dos indivíduos - o que é realizado tecnicamente por meio da montagem - o filme recebe o status de arte. A tecnologia do filme permite conduzir a narrativa de forma a entreter o espectador, ocupando seus sentidos, distraindo, divertindo e informando (Adorno, 1986b).

Souza (2014) relembra que a arte não é uma imitação direta da realidade imediata; ela produz uma realidade autônoma e absoluta. Unindo a objetividade e a subjetividade na materialização de uma obra, ela expressa o universal, transcendendo a realidade do artista, seu tempo e espaço. A subjetividade do artista, objetivada na obra, alude à universalidade da humanidade. A arte não se pretende utilitária nem arroga para si a verdade, mas se destina à experiência dos indivíduos. A partir dela, eles poderiam refletir sobre a realidade e as condições da vida. A experiência estética é transformadora à medida que alcança o mundo subjetivo e o amplia com as possibilidades universais e particulares do humano. Favorecendo a sensibilidade, a arte autêntica expõe as contradições da sociedade e das relações concretas. Por isso, ela é potencialmente educativa, reprodutora da história, enquanto medeia socialmente a formação dos indivíduos. Nesse aspecto, o filme nada tem de arte, pois intenta um efeito nos espectadores, ao mesmo tempo que comunica sua versão da realidade nas diversas camadas de significados. O filme busca mimetizar a realidade ou algum aspecto dela, o que se torna inerente ao filme e à experiência de assistir a ele. O filme tem um aspecto artístico que compreende sua estética. Contudo, o potencial artístico do filme se concretizaria efetivamente como arte no filme autônomo, na produção cinematográfica emancipada, que resiste ao apelo comercial - infantilização e diversão - e se arrisca na busca da excelência técnica para uma experiência estética (Adorno, 1986b).

Mesmo os filmes que não se pretendem comerciais, mas se dizem artísticos, são acometidos das orientações dos especialistas. Estas visam a ajustar o produto a um nicho, porque, inevitavelmente, um filme envolve aspectos estéticos e sociológicos. Para tentar escapar do filme como cultura que integra tudo a si mesma, o filme, como resistência, precisaria ser como uma obra de arte, mas, para isso, deveria não tentar parecer uma. No processo de se criar uma obra cinematográfica, os produtores devem atender aos critérios estéticos e sociais já classificados, que traduzem estatisticamente o que se pode compreender como obra de arte. Assim, se seguirem essas orientações, produzem um filme com todo o potencial de obra de arte, por deter tais características, mas que, por isso mesmo, não é arte autêntica. Com a aparência

---

<sup>37</sup> Objetivar: dar expressão a uma noção abstrata, um sentimento, um ideal numa forma que pode ser experienciada por outros; dar existência material a.

de obra artística, o produto cultural pode ser integrado à cultura industrializada (Adorno, 1986b).

Os filmes que não seguem as especificações dos especialistas a serviço do poder do capital não são necessariamente ruins, mas são menos lucrativos, porque desobedecem aos protocolos técnicos para se produzirem mercadorias culturais lucrativas. Por esse fato, esses filmes tendem a desagradar a massa de consumidores, mas encontram lugar em reduzidos círculos que são atraídos por produtos ditos não populares. Os filmes que seguem as fórmulas de sucesso alcançam o grande público, mas tendem à infantilidade; não que sejam destinados ao público infantil, mas promovem uma “regressão industrialmente promovida” (Adorno, 1986b, p. 100). Isso leva os indivíduos à regressão dos afetos, que Freud (1914/2010a) esclarece. Os tabus sociais reprimem a expressão da libido. Entretanto, se esta é reprimida por um lado por outro é redirecionada, com o aval coletivo, tácito ou declarado, dos modelos de comportamentos veiculados. A libido é captada e capitalizada, e os produtos ganham uma força extra sobre o espectador (Adorno, 1986b).

Para Adorno (1986b), é possível que um filme seja emancipado ao se pôr a serviço do esclarecimento - isto é, promover a consciência e a autonomia, trazendo à reflexão os elementos da alienação da consciência reificada e os instrumentos de dominação. Tal produção cinematográfica teria de não ceder ao caráter *a priori* coletivo dos conteúdos e significados, que privilegiam o fluxo inconsciente e irracional, sequestrante dos indivíduos. Badiou (2015) discorre sobre a possibilidade do cinema como experimentação filosófica e se aproxima da perspectiva de Adorno quando reconhece que o cinema é paradoxal por definição: tem uma inclinação à filosofia, ao mesmo tempo em que, na reprodução, é totalmente artificial; o ser e o parecer giram em torno do mesmo eixo contraditório. Nesse caminho, o cinema, por contribuir para um despertar com o apoio da filosofia (que vai além do conhecimento); poderia colaborar para a ascensão a um esclarecimento que gera consciência e crítica, se puder oferecer os elementos para uma ruptura. “A filosofia é o momento da ruptura refletida no pensamento” (Badiou, 2015, p. 36). O cinema, apoiado na possibilidade de pensar criticamente, pode ser valioso instrumento para o esclarecimento. No entanto, nesse processo, é preciso considerar as condições de fabrico do cinema, que operam contrariamente à expansão do pensamento e da consciência, como já mencionado.

A arte empobrecida, anunciada como arte dos consumidores, estabelece os produtos de arte como equivalentes à arte. A arte propriamente dita não busca satisfazer uma tendência ou procura mercadológica. Ela seria uma exteriorização da subjetividade do artista, que reflete o universal. Ela envolve elementos sociais de sua época, mas também vai além de seu tempo

presente; possui uma distância e uma perenidade conferida por sua aura (Benjamin, 1987a). Produzir e divulgar itens artísticos ajustados ao gosto do consumidor é um modo de extorqui-lo com ofertas do que ele busca; ele percebe esses produtos de arte como oportunidade de se inserir no meio artístico, adquirindo um objeto artístico. Esse ajustamento ao consumidor impede a arte de acessar a consciência reificada dos consumidores. Nesse fenômeno se interagem elementos sociológicos, econômicos, estéticos e psicológicos. À medida que a Indústria Cultural reproduz a ‘arte interdita’, ela a modifica e a modela a seu modo (Adorno, 1986b).

Enquanto a obra de arte autêntica busca um elevado nível técnico para expressar elementos do universal, a Indústria Cultural se preocupa mais com a eficiência técnica - isto é, com as fórmulas já consagradas que alcançam seus propósitos econômicos e sociais (*Idem*). Segundo Benjamin (1987a), o nível artístico do cinema se verifica na montagem do filme, na qual os fragmentos da realidade, registrados e modificados, são dispostos de modo a contar a história que o diretor pretende e produzir os efeitos esperados no público - experiência estética. O filme finalizado buscava, então, uma representação perfeita, remontando a realidade que copia.

Os filmes prometem agradar os espectadores rerepresentando o que já agradou antes: enredos, cenários, técnicas, heróis, pares românticos, o realismo etc. Cada produto da Indústria Cultural é fabricado sinteticamente, projetado conforme as fórmulas de sucesso. Já na sua concepção, os produtos são adaptados à publicidade e pensados para se multiplicarem em um conjunto de produtos, alcançando vários públicos e mídias. Não se trata de uma totalidade, mas de um conjunto harmonizado (uma unidade sintética sem contradições), em que cada elemento produzido é separável e substituível; alienado do todo, ele é destacável do conjunto.

O efeito, o truque, cada desempenho isolado e repetível, foram sempre cúmplices da exibição de mercadoria para fins publicitários, e atualmente todo o *close* de uma atriz de cinema serve de publicidade do seu nome. Tanto técnica quanto economicamente, a publicidade e a indústria cultural se confundem. Tanto lá como cá, a mesma coisa aparece em inúmeros lugares, e a repetição mecânica do mesmo produto cultural já é a repetição do mesmo *slogan* propagandístico. Lá como cá, sob o imperativo da eficácia, a técnica converte-se em psicotécnica, em procedimento de manipulação das pessoas. Lá como cá, reinam as normas do surpreendente e, no entanto, familiar, do fácil e, no entanto, marcante, do sofisticado e, no entanto, simples. O que importa é subjugar o cliente que se imagina como distraído ou relutante (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 153).

A Indústria Cultural faz sua arte para os consumidores, para envolvê-los com seu entretenimento. Aparentemente, ela se torna a arte dos consumidores; contudo, estes não são autores: não expressam seu espírito nessa arte. Os indivíduos são restringidos a receptores; o

papel que lhes cabe é o de devoradores dos produtos artísticos que lhes são entregues. Momentaneamente, satisfazem-se e por não ter algo legítimo com o que possam se identificar, estão prontos para continuar consumindo. A ideologia da Indústria Cultural como arte dos consumidores pretende acolher o consumidor e Indústria Cultural no mesmo abraço, sem que o consumidor se dê conta de ser feito objeto pela a Indústria Cultural, não um parceiro ou coprodutor. Ademais, a cultura de massa não é produzida pelo povo e para o povo, mas por especialistas para consumidores treinados - devoradores compulsivos e distraídos. A Indústria Cultural não seria cultura de massa se não entregasse o que o consumidor quer, ou melhor, o que foi induzido a querer; ele espera o que lhe é familiar; ela oferece o que ele está acostumado a receber, o que reconhece como seu – na verdade, é uma invasão dos elementos sociais e da vontade dos produtores especialistas na subjetividade dos consumidores. O indivíduo não percebe que está sendo engodado por promessas e truques, mantido como consumidor deslumbrado; ele não percebe a intenção de encantar pela produção calculada, a fim de cativá-lo. Ainda nessa linha, a ideia de “arte dos consumidores” traz subjacente a lei da oferta e da procura para modelar a relação entre a arte e sua recepção; o produto deve abrir mão de qualquer ousadia artística, mantendo-se ajustado ao público, dentro de seu campo da consciência reificada. Assim, nada muda, nem o produto, nem o consumidor em seu papel, nem a consciência; e a indústria reafirma as coisas como são, mantendo a dominação (Adorno, 1986b).

Também é falsa a ideia de que a Indústria Cultural seja uma arte de nível mais baixo. Pelo suporte ideológico que tem, não se precisa ocultar que os produtos culturais são criados dentro de uma racionalidade técnica e uma intenção mercadológica. Tudo o que passa pelo crivo da Indústria Cultural é transformado em negócio e é reproduzido em massa, mantendo-se, calculadamente, qualidades específicas para públicos distintos. A arte de baixa qualidade não é tornada um negócio por ser assim, ou tem sua qualidade reduzida para ser um negócio. O modo de produção e o caráter mercadológico - mesmo escamoteado em forma de construção coletiva – são aspectos que distinguem os produtos culturais da arte propriamente dita. A arte autêntica transcende sua época, ao mesmo tempo que é produto dela; já os produtos da Indústria Cultural têm uma vida útil limitada e são intencionalmente produzidos como perecíveis, tanto pela dinamização do mercado quanto por sua falta de conteúdo, que não a sustentam prolongadamente. Os produtos são reeditados e insistentemente reapresentados, ciclicamente, dando a impressão de longevidade ou frescor aos conteúdos que se mantêm os mesmos (Adorno, 1986b).

O cinema é um agente ideológico; ele apresenta esquemas de comportamento coletivo em diversas camadas de significados. Os produtos dos meios em comunicação de massa estruturam-se em vários níveis simbólicos, indo além das mensagens que manifestamente distribuem. Os modelos oficiais de comportamento apresentados no conteúdo manifesto não correspondem necessariamente aos modelos subjacentes, presentes no seu significado oculto. A diferença entre as mensagens da superfície e a oculta é relativamente perceptível, mas o fascínio da construção superficial e os prazeres oferecidos permitem que o espectador as receba aberta e distraidamente. Os modelos da ideologia hegemônica são mascarados, diluídos, ofuscados por modelos alternativos que também seduzem o público, enquanto absorvem a mensagem transmitida. Intencionalmente, os modelos não oficiais são tirados do foco, obliterando seu propósito ideológico, mas penetrando os espectadores na profusão das mensagens veiculadas (*Idem*).

Os produtos culturais, concebidos na racionalidade técnica, procuram produzir efeitos específicos em seus públicos. Cada produto midiático aglutina camadas de significados que colaboram com os efeitos desejados. A Indústria Cultural captura o espectador pelos sentidos numa comunicação multiforme fascinante. Seduzido, o espectador é alcançado em vários níveis psicológicos, envolvendo estruturas conscientes e inconscientes. Não se pode compreender o efeito do filme no espectador sem ponderar a correlação entre as camadas, nos seus significados evidentes e nos camuflados. As facetas dos significados atingem o espectador ativando suas experiências subjetivas, mas também são envolvidas pela reação do público. Assim, os sentidos são atribuídos dinamicamente, seja pela cultura, pelo grupo ou pelo próprio indivíduo. O espectador é cativado não apenas pela narrativa ou outros elementos da produção cinematográfica, mas por toda a técnica utilizada e pelas diversas identificações propiciadas em níveis percebidos e não percebidos. O espectador, encantado, está aberto para identificar-se com personagens, projetar-se e introjetar os significados, aderindo docilmente à ideologia vigente. Para que não se perca o controle sobre o indivíduo, a Indústria Cultural também traz em si a possibilidade do contraveneno de suas próprias ações. No contrapeso a si mesma, ela reduz a percepção das contradições porque as partes não se conectam, não são partes de um todo, mas fragmentos complementares em si, ajustáveis, harmonizáveis (Adorno, 1986b).

As obras de arte autênticas não têm seus significados explícitos dados prontamente na superfície, mas também não implicam significados ocultos. Suas camadas entrelaçadas<sup>38</sup> não

---

<sup>38</sup> Entrelaçado: encadeado, passando um pelo outro ou que, alternadamente, passa um por cima do outro (diz-se de conjunto de peças).

emitem uma mensagem direta, inequívoca, mas uma multiplicidade apreendida visitando-se as camadas que se encadeiam. Elas não podem ser reduzidas a uma mensagem única e inconfundível porque representam elementos do universal. A mensagem da obra de arte é polissêmica, não apenas do particular. Os produtos de arte integrados aos meios de massa tendem a ser reduzidos e administrados em prol de uma mensagem desejada; com isso, os produtos dos meios de comunicação de massa concentram-se em particularidades do objeto, representando o universal, necessárias para produzir o efeito desejado no espectador. A sobreposição de camadas, que é sua marca maior, transmite sua mensagem - que pode conter diversos significados explícitos e implícitos, alinhados ou não ao conteúdo de superfície - com vista a produzir um efeito no espectador (*Idem*). Nesse sentido, o cinema - especialmente o comercial - difere da arte autêntica; esta estimula a formação e a crítica pela ampliação da consciência acerca das condições humanas, enquanto o cinema, glamourizado pela aparência de arte, escamoteia elementos da contradição social, desde sua concepção. Assim, “[...] no percurso histórico da arte, esse é o ponto de retardamento do cinema” (*Idem*, p. 104).

A técnica fotográfica do cinema copia a realidade e concede ao filme um realismo a seu próprio modo. O realismo é um dos fatores que provêm a identificação dos espectadores com os elementos do filme. Precisamente pela *mimese*, a técnica traz de forma mais direta e imediata, apartada da experiência, os elementos do campo objetivo ao campo subjetivo. Benjamin (1987a) indica que a imitação da realidade, possibilitada pelo aparato tecnológico e com intento artístico faz perder o aqui e agora - da experiência com a realidade - e, portanto, faz perder também a autenticidade do objeto e sua aura artística. A técnica fotográfica decompõe um objeto e o reconstrói, conferindo-lhe determinado valor. Isso pode ser tão ou mais eficiente para importar elementos objetivos à subjetividade do que os processos próprios da estética, no qual os indivíduos podem identificar-se como os objetos, a partir das experiências subjetivas. Ao mesmo tempo, a tecnologia do filme dissolve esse realismo no uso e na criação de meios para realizar o filme. Na medida em que indivíduos, situações e realidade representados são decompostos e remontados no filme conforme a intenção do diretor, a realidade efetiva é deteriorada, artificializada, reconstruída. Os meios tecnológicos não vinculam a produção cinematográfica necessariamente com a realidade, mas com o convencional e o conveniente. Para suprir a falta de um realismo ou para intensificá-lo, o próprio filme guia o espectador para sentir ou ampliar sua experiência subjetiva com o filme: ele recebe o sentido do filme diretamente nele mesmo. Junto ao produto está dada a prescrição de como consumi-lo. Os efeitos que se pretende provocar são anunciados pelos meios racionalmente utilizados, orientando sobre a forma da recepção que o espectador deve ter. Ao ser levado a complementar

o realismo cinematográfico, o obediente espectador internaliza irrefletidamente o que se pretendia comunicar a ele; fascinado pela tecnologia e confiante nos produtores e nos crivos coletivos, ele assimila e reproduz o que lhe é oferecido.

A tecnologia do filme desenvolveu uma série de meios que são contrários ao seu realismo inseparável da fotografia. [...] A razão disso é que tais meios não são extraídos das necessidades da produção individual, mas da convenção. Avisam ao espectador sobre o que aqui estaria sendo pretendido ou como ele teria de suplementar aquilo que escapa ao realismo cinematográfico” (Adorno, 1986b, p. 106).

O cinema decompõe e modifica os objetos até ajustá-los para alcançar o efeito pretendido. Mas esse procedimento é incompleto, tanto na desmontagem quanto na reconstrução, visto que os objetos ainda conservam sua materialidade de coisa, mesmo abstraídos, modificando-se seu valor concreto de coisa pela fetichização. Nessa condição, o objeto conserva seus aspectos sociais, isto é, ele reflete a sociedade como signos sociais, que se inserem mais diretamente no filme. O espectador acessa de modo mais imediato os objetos no filme do que na literatura ou na pintura; o objeto está dado prontamente ao espectador, que o recebe mais abertamente. Destarte, “todo significado que se empreste ao filme através da câmera já violaria a lei dela” (*Idem*, p. 104), posto que o aparato tecnológico teria a função de registro, mas o que se registra, como e quando, reflete a visão e intenção de quem registra. O diretor estabelece o ângulo, o ritmo, os objetos, os planos, as ênfases etc., que atendem a sua narrativa e provoquem os efeitos desejados.

“A estética do filme, graças à sua posição em relação ao objeto, ocupa-se de modo imanente com a sociedade” (*Ibidem*). A mediação da estética permite uma intersecção entre a sociedade e o indivíduo. Inevitavelmente, ela traz consigo os signos sociais, que relatam a superfície sensível da sociedade. Pelo acesso que possui ao objeto e ao indivíduo, a estética oferece uma representação da sociedade ao indivíduo, por meio de sua percepção, tocando sua subjetividade. O objeto só pode ser decomposto e rerepresentado mediante os signos sociais validados pela sociedade, o que também determina um sentido para a estética do filme.

O filme da atualidade, concebido cada vez mais no realismo estético, impõe ao espectador uma experiência estética realista, tendente à absolutização do que foi apresentado. A imposição de tal experiência como verdade desencoraja a busca para além da superfície dada. O realismo estético salienta o caráter de mercadoria dos objetos exibidos no filme e do próprio filme, o que identifica a submissão dos signos sociais ao regime do sistema de troca, na qual os objetos ou algumas de suas características são fetichizados e, portanto, reafirmados como valiosos e desejáveis na sociedade (Adorno, 1986b).

Ao se reforçar a superfície visível como verdade validada, ocultam-se os níveis mais profundos, mas não se os elimina. Isso mantém o espectador atento ao que há na superfície e distraído ao que vem abaixo do conteúdo de superfície. Os modelos não oficiais de comportamento coletivo apresentam-se aos indivíduos desatentos como algo desimportante. Tanto na montagem - com ênfase em detalhes, cortes, sequenciamentos e exposições e ocultações intencionais - quanto nos métodos e tecnologias dos produtores, outros recursos são açambarcados a fim de potencializar a mensagem. O filme está sempre dizendo algo; há um sentido atribuído *a priori* - seja no que expõe, seja no que insinua ou no que cala. Cada elemento do filme acrescenta-lhe força e significado, desde sua concepção e para além dele (Adorno, 1986b).

Antes transmitidos entre as pessoas pelas narrações de suas experiências, os valores sociais e culturais são substituídos por transmissão de conhecimentos e técnicas, o que se mostra como empobrecimento. A técnica do filme obstaculiza a história como transmissão coletiva de experiência; em parte, porque tem intenções claras de atender o negócio do entretenimento, não de transmitir valores culturais e, em parte, porque oferece uma profusão de sensações e ideias (dispostas em camadas) que pretendem suprir o empobrecimento da experiência que ela mesma ajudou a reproduzir (Benjamin, 1987a, 1987b).

Para Adorno (1986b), podemos “considerar o sujeito constitutivo do filme como um ‘nós’: nisso convergem o seu aspecto estético e o aspecto sociológico” (p. 105). O sujeito do filme é uma representação do coletivo, uma generalização, uma massa. Esse elemento coletivo, representado, mas indefinido, é parte da construção do filme que propicia a difusão da mensagem ideológica. Kracauer (2009) caracteriza esse fenômeno como o sujeito subsumido na massa, onde deixa de ser sujeito; ele se reconhece na massa, e no movimento dela é que ele encontra seu sentido. Não faz diferença para a massa se um indivíduo está lá ou não; mas se ele está, deve adaptar-se a ela, que o regula - pune e recompensa suas ações adaptativas. O sujeito é um ornamento da massa. Ela, disforme, porque um aglomerado de indivíduos pseudoindividuos, deforma o sujeito que a ela se integra porque o destitui de sua individualidade. O sujeito está sujeito, subordinado ao coletivo. Impera aqui o narcisismo coletivo, tal como o concebe (Freud, 1921/2011).

Os espectadores, tornados sujeitos massificados, internalizam a ideologia nos conteúdos comunicados em diversos níveis psicológicos; enquanto prestam atenção à superfície visível e se identificam com experiências subjetivas que ancoram a objetivação oferecida pelo filme, os espectadores recebem esquemas de modos de comportamento coletivo validados socialmente; isso se dá enquanto os espectadores estão arrebatados pela percepção visual e tátil, que evoca

o inconsciente ótico (Benjamin, 1987a). O espectador capta a informação, sem processá-la conscientemente, armazenando-a em sua memória, que pode ser acessada após o filme, sem precisar desse estímulo para ser reproduzida. Os sentidos dos conteúdos são apresentados *a priori* por um crivo coletivo e os significados além do filme são desnecessários. A consciência e a reflexão ficam dispensadas do processo de compreender e aproveitar o filme, posto que é o que está dado nele o que se precisa para acompanhá-lo (Adorno, 1986b).

Não é segredo para os consumidores que sua função na sociedade é consumir. Não se pretende esconder isso, mas estimular. À guisa de exemplo, toma-se a propaganda em forma de anúncio comercial. A propaganda precisa conter alguma verdade. Ela não precisa ser totalmente verdade, bastando expor algo verossímil; a falsidade de um elemento ou uma mentira é tida como fantasia ou torna-se indiferente se contiver o familiar. De algum modo, a mentira manifestada supera a problema da falsa informação; por ser manifesta, não pesa como mentira, mas pode ser tolerada; deixa de ser falsa e torna-se relativamente verdade ou irrelevante para um juízo crítico. Por fim, esse jogo de verdades e mentiras harmonizadas gera confiança e identificação em algum nível entre o indivíduo e o produto ou anunciante.

Assim como a propaganda promove a mercadoria, o *trailer* (uma montagem esquemática) oferece um filme e atesta seu caráter de mercadoria, despertando o desejo de consumi-lo. O filme faz votos de distração e diversão; promete resgatar o espectador de sua realidade, o que efetivamente não pode realizar. A cultura integral - que captura e subjuga todos os bens artísticos - promove a standardização das produções culturais e não permite a satisfação dos indivíduos. O consumidor, mesmo frustrado, não pode parar de consumir; não pode desistir da próxima promessa. Mesmo as produções que não atendem aos padrões comerciais são integradas à cultura e ainda seguem os princípios da Indústria Cultural. Ela apresenta seus produtos como obras de arte - uma arte do consumidor - para todos os gostos e níveis culturais, mas todos eles cumprem o mesmo objetivo: difundir os esquemas de modos de comportamento da ideologia hegemônica (Adorno, 1986b; Adorno & Horkheimer, 1985a).

A Indústria Cultural é um importante meio para levar aos consumidores à vontade dos produtores culturais e administradores da sociedade. Ela se infiltra na subjetividade dos espectadores-consumidores, por meio da comunicação ideológica nos níveis conscientes e inconscientes. Disfarçada de arte dos consumidores torna-se um eficiente instrumento de dominação dos indivíduos. Ela estabelece um modo de relação que atende aos interesses dos detentores do capital. Por se reconhecerem como consumidores, buscam consumir, e prontamente consomem/deglutem o que lhe é oferecido. Igualmente, por entender o modo de relação instituído como natural, são levados a reconhecer o outro polo, os produtores, como

ofertantes legítimos e necessários. A manutenção do *status quo*, o que existe e o como existe, torna-se automática. É engendrada na identidade e retroalimentada na atividade do consumidor. É expressão inequívoca da dominação e da alienação (Adorno, 1986b).

O filme comercial oferece aquilo que os consumidores querem. Essa modalidade traz para junto do consumidor um conjunto de elementos artísticos superiores, não como aproximação deste com a arte, mas como uma facilitação desta para o consumidor. Isso permite trazer a ele os conteúdos inconscientes, isto é, os que estão abaixo da superfície sensível, o qual não deseja consumir porque é diferente do que está acostumado. Os consumidores querem o que já conhecem, enquanto buscam afastar-se de sua realidade de fora do cinema; mas o filme reapresenta a realidade, com um realismo reconstruído, para a distração dos indivíduos massificados. A arte digerida/rebaixada que se oferece nesse entretenimento parece levar o espectador para além de si mesmo, mas o encerra na cultura produzida para o consumo. Interessa à Indústria Cultural que os indivíduos se mantenham na menoridade, no sentido que propugnava Kant (2002); seus filmes comerciais estimulam a infantilidade dos consumidores, promovida por uma regressão industrialmente instaurada. A regressão dos indivíduos por meio dos filmes grosseiramente artísticos não pode ser compreendida apenas considerando-se a produção cinematográfica. É necessário abordar a questão também a partir da recepção do indivíduo. O modo como este capta a obra, o efeito da produção sobre o espectador e a relação dos elementos estéticos e sociológicos nos diversos níveis psicológicos estão entre as instâncias que requerem atenção (Adorno, 1986b).

O que antes era apenas escrito, “códigos de conduta, sacros e leigos, que dirigiam o comportamento das pessoas” (Duarte, 2008, p. 25), agora é mostrado, nas composições de imagens e sons. Como aponta esse autor, a escrita, como único meio durante séculos, consolidava a abrangência desses códigos, inacessíveis às pessoas, mas presentes nas relações cotidianas. Entretanto, a imagem, com uma aparente flexibilização e superação desses códigos escritos, não liberta, mas invade e cerca mais eficientemente o indivíduo em sua subjetividade. A predominância da imagem abre caminho para que os códigos sociais, agora adaptados ao grande público, possam alcançar muito mais facilmente os indivíduos, por meio da comunicação de massa. O controle sobre o indivíduo está além da escrita e, agora, é disseminado pela imagem por meio de dispositivos - cinema, televisão etc. A aparência de liberdade que o capitalismo traz no tempo atual não se trata de um caminho para a autonomia e independência, mas, sim, um movimento de engodo do sistema para a integração e acomodação dos indivíduos às regras e exigências da sociedade. Nessa sociedade administrada, os indivíduos são cada vez mais assediados e limitados pelas exigências e expectativas sociais,

forçados a se adaptarem para não serem excluídos. Os meios de comunicação de massa têm papel essencial nesse processo civilizatório, participando desde o início da formação da subjetividade do indivíduo, ajustando-o à sociedade.

A produção cinematográfica e televisiva, desde sua concepção, traz a ilusão do movimento para a imagem. A tecnologia promove o efeito ilusório do movimento e, assim, o espectador é mantido inerte e fascinado, hipnotizado pelo conjunto de movimentos, luzes, cores e sons que sequestram os sentidos. O predomínio da imagem favorece o imediatismo e a superficialidade; é importante considerar com atenção o que está sendo apresentado subjacente à imagem. A imagem como mensageira busca conectar-se ao espectador, evocando nele algo de sua subjetividade para uma identificação, a fim de entregar-lhe, então, uma espécie de comando. Nesse viés, as instruções são apresentadas em forma de mensagem despreziosa e suficientemente agradável. Tais imposições suavizadas cooperam com a manutenção da cultura massificada. Importante ressaltar que nos meios de comunicação de massa, as imagens tecnologicamente produzidas também conduzem à catexia (investimento libidinal), assim como outras experiências do indivíduo. Ela é necessária à adesão ideológica dos indivíduos aos produtos culturais e à Indústria Cultural como um todo (Duarte, 2008).

O cinema propagandeia a cultura como uma totalidade; enquanto isso, as mercadorias são recomendadas individualmente, uma a uma, para cada consumidor; constituem pilares em função dos quais se criam patrimônios culturais. O espetáculo - o *show* - serve para exibir o poderio social que se tem e o que se pode realizar. Os meios de comunicação de massa são o porta-voz das mercadorias. Entretanto, eles não precisam vender seus próprios produtos culturais como mercadorias. Ao associar todos os bens culturais na dimensão de mercadorias, a Indústria Cultural os liberou dessa tarefa e lhes atribuiu o papel de autoridade desinteressada, com uma voz pura e superior a qualquer instituição ou partido. Por intermédio dos meios de comunicação de massa, a Indústria Cultural faz seu discurso chegar a todos os meandros da sociedade. Em sua forma onipresente, o conteúdo pouco importa; este é substituído pelo favor que presta ao transmitir os espetáculos. Por sua presença e bondade, sua voz se torna absoluta, reforçando sua autoridade, e suas recomendações desinteressadas assumem força de imperativos. Os fabricantes reunidos financiam as produções cinematográficas, que aumentam as vendas inclusive da indústria elétrica que produz aparelhos necessários. Assim, atende-se a interesses econômicos, culturais e ideológicos (Adorno & Horkheimer, 1985a).

Produtores, críticos e teóricos do cinema direcionam aos atores os holofotes, promovendo o culto da estrela de cinema, de uma personalidade fora do estúdio (Benjamin, 1987a). As personagens também são cultuadas, seja como uma mercadoria, seja como uma

personalidade. Tudo o que é transformado em mercadoria eleva o capital do cinema aproximando-o de seu público; assim, ganham sua atenção e direcionam os desejos dos espectadores. A mesma lógica se mostra nos filmes de animação. Suas personagens fictícias e os universos criados são um capital cinematográfico, explorado ampla e avidamente pelos diversos agentes mercadológicos. Vale lembrar que o cinema tem a propriedade de indiferenciar, para seu espectador, a fantasia e a realidade, modificando sua percepção e experiência da vida cotidiana.

Os rostos dos heróis de cinema ou das pessoas privadas são modelos que se nutrem da “secreta satisfação de estar, afinal, dispensado do esforço da individuação pelo esforço da imitação. [Ocorre] a substituição mentirosa do individual pelo estereotipado” (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 146). A situação da imitação, apesar de ainda mais penosa, com sua carga maior de exigências, é desejável e um grande esforço é feito para que se mantenha suportável. “A heroificação do indivíduo mediano faz parte do culto do barato. [...] O gosto dominante toma seu ideal da publicidade, da beleza unitária” – modelos comerciais (*Ibidem*).

[...] Os desenvolvimentos [dos enredos, nos filmes] devem resultar tanto quanto possível da situação imediatamente anterior, e não da Ideia do todo. [...] o próprio esquema estabelece uma conexão inteligível, por mais pobre que seja, onde só é aceitável a falta de sentido. [...] os roteiristas preferem uma ideia aparentemente mais eficaz: uma surpresa estupidamente arquitetada irrompe na ação fílmica. A tendência do produto a recorrer malignamente ao puro absurdo - um ingrediente legítimo da arte popular, da farsa e da bufonaria [...] - aparece da maneira mais evidente nos gêneros menos pretenciosos. [...] essa tendência impõe-se totalmente no texto da *novelty song*, no filme policial e nos *cartoons*. Exatamente como os objetos dos filmes cômicos e de terror, o pensamento é ele próprio massacrado e despedaçado (*Idem*, p. 129).

O filme conta uma história de modo mecanizado. As técnicas repartem o filme em frações. As fórmulas de sucesso para se contarem histórias conduzem a recepção do indivíduo a essas histórias; tais técnicas para manter e orientar a atenção do espectador também modificam sua percepção da realidade. O entretenimento que o filme oferece supera a história que ele pretende contar. Como experiência estética, ele apresenta um mundo e uma forma de vê-lo que é assumida como verdade, posto a identificação que se propicia. A obra cinematográfica é carregada de elementos sensíveis - visuais e táteis - que preenchem totalmente os sentidos dos espectadores e os mantêm distraídos e afastados de seus pensamentos. Assim, eles são mantidos na superfície e recebem no próprio filme tudo o que precisam para acompanhar e se divertir, dispensando uma participação efetiva do espectador, que está mesmo na condição de consumidor a ser atendido. A história contada nessa atividade (relativamente passiva por parte do espectador) não transmite experiência coletiva, mas favorece apenas a vivência - imediata, superficial, utilitária (Benjamin, 1987a, 1987b).

## 2.4. A Cultura, o Entretenimento e a Diversão

Conforme Adorno e Horkheimer (1985a), “o entretenimento e os elementos da Indústria Cultural já existiam muito tempo antes dela. Agora, são tirados do alto e nivelados à altura dos tempos atuais” (p. 126). A presença inescapável da Indústria Cultural verifica-se em todas as reproduções, em todos os ramos. Ela se firma na costura que faz entre o entretenimento e a cultura; reduzindo a cultura e elevando a diversão. “A fusão atual da cultura e do entretenimento não se realiza apenas como depravação da cultura, mas igualmente como espiritualização forçada da diversão” (*Idem*, p. 134). A arte séria é transformada em arte leve, de fácil assimilação, e a diversão é glamourizada, recebendo ainda atribuições ideológicas. Assim, a cultura não forma e a diversão não distrai; elas são distribuídas como se fossem naturalmente unidas, mas “a inverdade é inerente a um espírito que foi recebido pronto da arte e da ciência” (*Ibidem*) O problema não é a diversão ou o divertir-se, mas a lógica de negócio que orienta o entretenimento enviesado pelo lucro, que diz o que é diversão e como se divertir. Suprime a experiência e o pensamento do indivíduo; acaba por reificar a consciência e instalar as raízes da dominação no ser humano e na sociedade tão mais profundamente quanto conseguir.

O logro, pois, não está em que a Indústria Cultural proponha diversões, mas no fato de que ela estraga o prazer com o envolvimento de seu tino comercial nos clichês ideológicos da cultura em vias de se liquidar a si mesma. [...] A Indústria Cultural está corrompida, mas não como uma Babilônia do pecado, e sim como catedral do divertimento de alto nível (*Idem*, p. 133-134).

A “arte leve”, produzida como diversão, mantém-se como sombra da arte séria, porque “é a má consciência social da arte séria” (*Idem*, p. 127). A arte leve não tem a verdade da arte séria - verificada na sua função social: trazer a experiência do indivíduo dominado que alude ao universal - mas tem a aparência de direito alcançado, como caráter objetivo de arte. A negatividade da cultura se estabelece na conciliação que a Indústria Cultural tenta fazer dos “elementos irreconciliáveis da cultura, da arte e da distração” (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 127), subordinados “a uma única fórmula falsa: a totalidade [harmonizada] da Indústria Cultural” (*Ibidem*). Nessa conciliação forçosa, cria-se a ilusão de harmonia e verdade da Indústria Cultural. É necessário que a Indústria Cultural desenvolva a capacidade diletante do consumidor. Essa atitude propicia um campo fértil para as repetições da Indústria Cultural e confere força as novidades constantemente reintroduzidas. Suas novidades são repetições aperfeiçoadas das produções de massa, retroalimentando o sistema. Mesmo com seus erros, ela permanece total porque o consumidor tem seu interesse voltado à técnica, não aos conteúdos rerepresentados. Com isso, sua curiosidade é sempre renovada porque os elementos técnicos são

efetivamente o que se modificam sob a regulação das fórmulas de sucesso estatisticamente validadas; os conteúdos são os mesmos, teimosamente rerepresentados e prontamente consumidos, como se novidade fossem, devido a sua nova roupagem.

O belo reproduzido mecanicamente perde sua capacidade de ligar-se a seu conteúdo, ao que realmente se referiria. Ele se desconecta de algo universal, mas é reduzido ao particular que atende a critérios da massificação. O belo padronizado é um esvaziamento da arte séria - que apresentaria a experiência particular conectada ao universal. O belo autêntico é definitivamente subjugado pelo belo mecanizado mediante o humor e o riso. Com isso, acentua-se o culto à individualidade (manifestado no individualismo - monadismo); a realidade individualizada se reforça na experiência estética, mantendo o indivíduo isolado (*Idem*).

A espiritualização da diversão é a constituição de uma fé sem objeto definido, mas presente na realidade como radiação de fundo. Essa fé é composta dos valores da Indústria Cultural que, alinhados à vida dos consumidores (para e pela identificação), são reinvestidos no espetáculo por meio de imagens, personagens, clichês, que fazem publicidade direta e indireta dos produtos culturais, a fim de excitar e enganar o desejo. Com sua espiritualização, a diversão se iguala aos ideais sociais, substituídos por bens superiores que a Indústria Cultural nega às massas por suas repetições e imitações cada vez mais estereotipadas. Os produtos massificados do entretenimento reproduzem conteúdos frívolos e superficiais, simultaneamente penosos e agradáveis, que apresentam valores e ideais sociais. Esses produtos de diversão, por meio de um perfeito paralelismo com a vida, cumprem a função de dominar e educar os impulsos humanos na vida real, promovendo a diversão como canal de purificação das paixões pelo agenciamento da catarse. Experimenta-se algo como uma sublimação libidinal, mas que falsamente supera tais impulsos, provocando uma temporária saciação com uma persistente sensação de falta. A pseudo sublimação, ao consumir, colabora com o retorno constante. Mas a diversão irrefreada é barrada, tida como um erro ou de mal gosto; a ingenuidade é tão desaconselhável quanto o intelectualismo, para que não se perca o controle sobre os indivíduos e os impulsos não sejam mais contidos ou renunciados, para o bem social definido pela Indústria Cultural.

Se a necessidade da diversão foi em larga medida produzida pela indústria, que às massas recomendava a obra por seu tema (pela imagem, pela iguaria representada), [...] foi sempre possível notar na diversão a tentativa de impingir mercadorias. Mas a afinidade original entre o negócio e diversão mostrava-se em seu próprio sentido: a apologia da sociedade (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 135).

A cultura deixa de ser vista como privilégio dos abastados à medida que os bens culturais são vendidos em liquidações, alcançando os diversos grupos econômicos. A

popularização da mercadoria cultural é uma massificação, anunciada como democratização da cultura. Contudo, as massas são mantidas onde estão, continuam excluídas como antes, presas na incoerência do sistema. Esse processo contribui para o progresso da barbárie porque degrada ainda mais a cultura e engana os já excluídos, com alívios momentâneos e esperanças perversas.

A cultura é uma mercadoria paradoxal. Ela está tão completamente submetida à lei da troca que não é mais trocada. Ela se confunde tão cegamente com o uso que não se pode mais usá-la. É por isso que ela se funde com a publicidade. Quanto mais destituída de sentido [...], mais todo-poderosa ela se torna. Os motivos são marcadamente econômicos. [...] A publicidade é seu elixir da vida. Mas como seu produto reduz incessantemente o prazer que promete como mercadoria a uma simples promessa, ele acaba por coincidir com a publicidade de que precisa, por serem intragáveis. [No início], a publicidade tinha por função orientar o comprador pelo mercado; hoje, [...] os donos do sistema se entrincheiram nela. Ela consolida os grilhões que encadeiam os consumidores às grandes corporações (*Idem*, p. 151).

“A Indústria Cultural permanece a indústria da diversão. Seu controle sobre os consumidores é mediado pela diversão” (*Idem*, p. 128). Essencialmente, o que a Indústria Cultural produz visa à diversão, estabelecendo-se como a indústria do entretenimento. A diversão cumpre a função de mediar seu controle sobre o consumidor. Este é preparado, já no processo de socialização, para subordinar-se ao controle da Indústria Cultural. É pelo processo de socialização que os indivíduos absorvem as tendências da Indústria Cultural, aceitando os produtos de divertimento que lhe são impostos. A vida do mercado depende disso, porque, assim, há demandas constantes para o que é produzido. O cinema se firma ao conseguir adaptar-se às necessidades do público - quanto à diversão e à distração.

Cansado do trabalho, o trabalhador-espectador vai, no seu tempo livre, executar outro tipo de trabalho, igualmente padronizado e automatizado, reagindo aos estímulos oferecidos. “Os consumidores são os trabalhadores” (*Idem*, p. 125). Ele consome os produtos de entretenimento disciplinado, mas distraidamente; tais produtos de fácil assimilação prometem a diversão e o alívio do cotidiano fustigante. A quantidade da diversão organizada converte-se na qualidade da crueldade organizada” (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 129). A violência a que ele assiste e com a qual se compraz também retorna a ele no esforço que deve fazer para a diversão. A violência que retorna ao espectador se manifesta na exigência que lhe é feita de prestar atenção a tudo que é apresentado e reagir ao espetáculo como o esperado. O espectador não tem o direito de não entender, de perder o *timing*, de se distrair ou de reagir em desarmonia com os demais espectadores. Não é uma tarefa conscientemente realizada, mas se trata de um condicionamento, há muito estabelecido no espectador, que se inicia automatizado quando se põe diante do filme, espetáculo ou qualquer tipo de apresentação. A Indústria Cultural ainda se

declara como indústria da diversão, portanto da distração, mas o que exige de seu consumidor é atenção ao entretenimento que oferece (*Idem*, 1985a).

Os indivíduos são preparados para aceitarem os produtos que consomem, assim como os catálogos de itens culturais são estabelecidos para os consumidores que os aguardam. Os sujeitos são assujeitados, tornados objetos da indústria; todo o processo de socialização e integração social retira deles as condições de conscientizarem-se dessa dinâmica, distraindo a atenção e a consciência com a diversão e substituindo a subjetividade individual pela objetividade coletiva. Os indivíduos recebem atenção da indústria enquanto desempenham seus papéis de clientes – encantados – e trabalhadores – disciplinados. Assim são objetos úteis para o sistema e seus processos. A indústria enfatiza e direciona seus discursos ideológicos conforme o contexto ou fato da vida, para lembrar aos indivíduos o que se espera deles na função que ocupam no momento. Empregado no seu trabalho ou cliente no seu tempo livre, a ideologia incessantemente comunicada nos produtos culturais e nas culturas institucionais, buscam integrar e manter o indivíduo adaptado ao sistema, ocupado e distraído, orientados e entretidos

O poder da Indústria Cultural provém de sua identificação com a necessidade produzida [...]. A diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio<sup>39</sup>. 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 um 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. O pretense conteúdo não passa de uma fachada desbotada; [...]. Ao processo de trabalho na fábrica e no escritório só se pode escapar adaptando-se a ele durante o ócio. Eis aí a doença incurável de toda a diversão. O prazer acaba por se congelar no aborrecimento, porquanto, para continuar a ser um prazer, não deve mais exigir esforço e, por isso tem de se mover rigorosamente nos trilhos gastos das associações habituais. O espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reação: não por sua estrutura temática - que desmorona na medida em que se exige o pensamento - mas através de sinais (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 128).

A Indústria Cultural arvora-se na identificação que promove com as necessidades que cria e a publicidade é essencial nesse processo. A diversão e a felicidade são possíveis apenas por meio dos produtos oferecidos por ela. As mercadorias para diversão são determinadas pela mesma lógica da produção mecanizada, afetando gravemente o lazer e o tempo livre. A diversão

---

<sup>39</sup> O capitalismo tardio se refere aos modos produtivos do capital. A sociedade industrial se refere às relações de produção. É uma força de desenvolvimento mais ampla, devido ao desenvolvimento da tecnologia. Um se explica com base no outro. Diante do desenvolvimento da tecnologia, a Indústria Cultural se torna um elemento de dominação que fornece a manutenção da sociedade como tal, por promover a acomodação, a alienação, a fetichização, estabelecendo processos sociais que evitam a reflexão e a conscientização (Adorno, 1986a).

se torna a extensão do trabalho, tanto no tempo, quanto no processo produtivo. Afastar-se do processo de trabalho mecanizado exige adaptação a ele no tempo livre, isto é, a diversão do tempo livre serve para recompor a força de trabalho para, em breve, retornar ao esforço produtivo, com suas operações padronizadas. O conteúdo trazido pelo produto cultural é um pretexto para o que realmente importa na diversão: pôr o tédio em suspenso. O tédio congela o prazer no aborrecimento, na monotonia da mesmice mecanizada do trabalho e da vida, que simplesmente se repete em ciclos bem demarcados. A diversão deve ser um negativo do trabalho, como um contrapeso, afastado de tudo o que se exige no período do trabalho, isto é, deve ser leve e não pode depender do pensamento do consumidor; vale-se apenas de elementos habituais, facilmente assimiláveis. Ao mesmo tempo que se diferencia do trabalho, a diversão também o reafirma pela oposição que faz a ele e pelo sentido que recebe nessa contraposição (Adorno, 1995b; Adorno & Horkheimer, 1985a).

O espectador não precisa de seu pensamento próprio para aproveitar a diversão, pois o produto já lhe indica a reação esperada, com sinais já bem estabelecidos. O enredo do filme comercial deve ater-se às situações imediatamente próximas, não à ideia do todo. Isso evita que pensamentos próprios dos espectadores interfiram na distração proporcionada. O sentido é evidente e fácil de entender ou pode, até mesmo, estar faltante e, por isso, há sempre uma brecha para o puro absurdo e as surpresas arquitetadas, que invadem a narrativa fílmica compondo uma palatável arte popular. Essa tendência se evidencia nos filmes cômicos, de terror, nos policiais, de aventura e nos *cartoons*. Os espectadores esperam ser confortados com o que lhes é familiar e a Indústria Cultural faz isso com os estereótipos, presentes impositivamente em todos os produtos. Os espectadores buscam reconhecê-los nos produtos que consomem, dando mais atenção a isso que aos conteúdos. As fórmulas de sucesso que sequestram os sentidos dos espectadores continuam funcionando para a determinação do entretenimento e seus conteúdos continuam irrelevantes, assim como as reflexões próprias deles. Assim se reafirma o poder social das ideologias vigentes e a distribuição massiva dos estereótipos confere uma percepção de totalidade harmônica e familiar do sistema para os indivíduos docilizados (Adorno & Horkheimer, 1985a).

As coisas, os indivíduos, a realidade, as relações, tudo pode ser representado esquematicamente, construindo clichês, estereótipos - isto é, traços comuns, mas discriminativos; esquemáticos, mas exacerbados; esvaziados de seu próprio significado de coisa enquanto são atribuídos outros significados a eles externos. A estereotipia é um esquematismo, uma representação suficientemente característica de seu objeto, a despeito de sua complexidade. Por meio da reprodutibilidade mecânica, tudo é traduzido

estereotipadamente, superando o verdadeiro estilo (*Idem*). Com a reprodução mecânica dos artefatos culturais, não há mais o estilo autêntico, associado à aura, próprio da obra de arte, conforme descrito por Benjamin (1987a). O estilo se torna um conjunto de elementos estereotipados, expressados como atributos de valor. O valor de troca desses artefatos os transforma em uma promessa de identidade aos consumidores; os produtos são transformados em necessidades e sua existência e consumo são naturalizados. A utilização da linguagem validada pela Indústria Cultural conduz à estilização - a artificialização do estilo. Essas “unidades de estilo” são aplicadas desde a concepção das reproduções culturais. Esses são os novos estilos e os novos efeitos que a Indústria Cultural promete e oferece (Adorno & Horkheimer, 1985a).

Os estereótipos definem de antemão as características dos produtos culturais e facilitam a todos os públicos a produção, a reprodução e a circulação dos produtos. A indústria cultural exhibe as estereotipias repetitivamente em seus produtos. Ela regula a liberdade estabelecendo um catálogo explícito e implícito para as produções. Nada sai do controle: a produção e o público seguem essa espécie de manual do proibido e do tolerado. Parte da ação de controle da Indústria Cultural se evidencia na linguagem própria (sintaxe e vocabulário) que chancela. Ela preza por jargões bem-humorados, pela linguagem fácil, pela aceitação à primeira vista, pelos equívocos propositais, pela espontaneidade e alegria ensaiadas a ponto de parecerem naturais. A naturalidade dessa linguagem é o padrão de competência esperado. Para os astros e figuras públicas, a comunicação bem-feita é aquela que reproduz a linguagem de modo tão natural que pareça ser do próprio público. Assim, o público pode replicar alegremente na vida cotidiana os jargões e a linguagem<sup>40</sup> da Indústria Cultural. Todo produto é marcado já em sua origem pelo jargão do momento (Adorno & Horkheimer, 1985a).

Entre o público e o palco, entre o produto e o consumidor, existe um abismo ocupado pelos produtores. Eles são os especialistas na linguagem da Indústria Cultural; seu trabalho é planejado e cuidadoso, visando a mitigar a distinção entre o estilo autêntico e o artificial. O estilo artificial de uma obra é imposto de fora e declara abertamente a intenção que tem com suas mercadorias culturais: distração e consumo. A Indústria Cultural orchestra os elementos e

---

<sup>40</sup> Marcuse (1973b), no texto “O fechamento do universo da locução”, versa sobre a intenção subjacente a toda comunicação e modos de linguagem, que buscam criar uma realidade unidirecional para os indivíduos. Por meio do fechamento linguístico, o vocábulo e a sintaxe são modificados para que sejam funcionais. As palavras e significados prescrevem a operação, isto é, indicam o modo de uso dos objetos. O pragmático toma o lugar do semântico e os objetos se sobrepujam à intenção de uso. Assim, impede-se a pergunta, a adversativa, o pensamento. A linguagem publicitária contribui em muito para esse fechamento linguístico dadas suas ações de manipulação – que produzem imagens que se fixem na mente das pessoas (*‘top of mind’*) - e sua exuberante presença na comunicação cotidiana.

as potencialidades - econômicas e culturais - de um produto, revestindo-o com sua linguagem própria - vocabulário, jargão, expressão e lógica - para alcançar o público, conforme seu estilo (identidade), e se comunicar eficientemente com ele. O estilo garante que o produto seja aceito pelo público, expressando assim a competência dos produtores. A unidade do estilo é ao mesmo tempo a negação do estilo, pois representa uma forma do poder social que força a aderência do produto à linguagem heterônoma da Indústria Cultural. Assim, as tensões são dissipadas: o particular e o universal se espelham e um pode ser o substituto do outro; a obra, não a experiência, é que, harmoniosamente, exprime a universalidade. Enquanto a grande obra de arte não se rendeu ao estilo como uma identidade, a Indústria Cultural, com sua obra mediana e repetitiva, buscou destacar as semelhanças de seus produtos com outras obras, obtendo uma identidade pela aproximação e referência. O estilo deixa de ser uma atitude expressiva para se tornar um fator de identificação, um substituto da identidade; a imitação é pareada ao absoluto e está pronta para a massificação (*Idem*).

O filme de animação cumpre os requisitos da Indústria Cultural e implementa, já em sua concepção, os estereótipos, o estilo e a linguagem que fortalecem uma identidade do produto diante do consumidor e do mercado. O filme e seus derivados, por mais que definam um estilo estético identitário, ainda são produtos da administração, da técnica e da estatística, não expressando um estilo próprio. Por toda tecnologia que dispõe, poderia ser mais livre para expressar um estilo autêntico, mas seu gene de mercadoria o impede. A estética do desenho animado é propícia para o humor e a diversão e, prontamente, capta a atenção das crianças. Assim, é o entretenimento a teia da Indústria Cultural que enreda os indivíduos. O medo (tensão) e o riso (alívio) são efeitos provocados para atrair e distrair os espectadores. Aspectos artísticos também são usados com esse propósito, mas são insuficientes para tornar a arte uma mercadoria cultural.

Da arte, ela busca emprestados conteúdos que tocam os indivíduos com o riso e o trágico. Esses conteúdos são apresentados de forma a serem distração - pela identificação provocada, pela inundação dos sentidos e pelo ritmo dos acontecimentos que impede o pensamento. Eles não pretendem conduzir à experiência e aprofundamento do conteúdo, o que induziria à ampliação da percepção e obtenção de consciência. O espectro artístico é uma isca, um pretexto para um discurso ideológico, a fim de fisgar os indivíduos para a dominação, anestesiando com a diversão e iludindo com outros artifícios e manipulações ideológicas. A substância trágica da arte - que aponta para a experiência universal - é diluída na diversão. Assim, o indivíduo recebe os padrões e esquemas de comportamento validados pela sociedade,

a eles aderindo sem resistência e integrando-se a ela, rendendo-se à monotonia e às promessas de felicidade e sucesso (Adorno & Horkheimer, 1985a).

Quanto à diversão: tanto mais, melhor. O melhor filme de comédia é o que faz rir continuamente, não importando como. Mas a comédia que faz rir até perder o fôlego não satisfaz; apenas exaure as últimas forças e capacidades de pensamento dos indivíduos. Então, é preciso pausas para descansar o corpo e, em breve, retornar ao trabalho em seu ritmo mecanizado. O hilário oferecido sufoca a possibilidade de prazer. O cômico é apresentado insistentemente, mesmo sem conexão com a narrativa. Em toda e qualquer cena cabem ironias, absurdos, piadas e clichês cômicos; esses enxertos interrompem a cena e causam uma reação diferente da anunciada previamente. Nessa realização do prazer imediato e superficial da interrupção cômica, a satisfação é adiada e a promessa de alívio e distração, não cumprida

“A mentira não recua diante do trágico. Do mesmo modo que a sociedade total não suprime o sofrimento de seus membros, mas registra e planeja, assim também a cultura de massa faz com o trágico” (*Idem*, p. 141-142), conforme o destacam Adorno e Horkheimer. O que é apresentado do trágico não é integral, mas suavizado e planejado, reduzido o suficiente para não incitar o sujeito contra a sociedade, mas para mantê-lo dócil e adaptado. O trágico é eliminado da experiência quando esta não é formativa de um indivíduo singular (pseudoindividação), mas forma-o massificado, integrado à sociedade (consciência reificada). Ao mesmo tempo, sem o trágico, a individuação sucumbe à média e à padronização. A falsa identidade que um indivíduo obtém por meio do processo de pseudoindividação dilui sua sensibilidade para o trágico, pondo-o amparado na massa que o subsume e o faz desaparecer. O que tem apenas aparência de trágico é nulo, porque não é experienciado como o trágico. O pseudotrágico, esvaziado e racionalizado, serve ao propósito de integração, reforçando a adesão do indivíduo - fragilizado pelo isolamento - à coletividade. O sistema, solidário e acolhedor, vencedor e superior, ampara bondosamente o desamparado, que não tem outra opção senão entregar-se e se integrar. “A liquidação do trágico confirma a eliminação do indivíduo” (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 144). O trágico mostraria o sujeito em sua condição humana, permitiria que ele se percebesse em sua condição verdadeira. Eliminado o trágico, o indivíduo pode ser naturalizado e reduzido ao ser social médio. Sem o trágico, o sujeito não se individualiza. A Indústria Cultural pega emprestado da arte o trágico, mas o reduz a algo que aparenta dramático. Esse esforço é para que a desolação do sujeito não seja completa, mas que o indivíduo ainda se reconheça humano e possa, assim, integrar-se na comunidade de iguais.

Ao mesmo tempo em que a Indústria Cultural remove substancialmente o trágico, ela o requer incluído nos produtos culturais; ele ainda precisa ser apresentado à consciência porque

os indivíduos reconhecem-no como elemento próprio do humano, mesmo que tenha sido desenraizado deles. O trágico, administrado à sociedade na dosagem adequada, torna-a imune a seus efeitos; pretende-se prevenir uma espécie de “envenenamento” social pelo acesso ao puro trágico, que ariscaria a perda do controle sobre os indivíduos, por experimentarem algo do universal que os instigue à consciência. A curadoria do trágico, que o censura e cerceia, torna interessante a insipidez de uma felicidade prometida a todos e controlada pelo sistema. O trágico diluído na diversão é um sucedâneo da profundidade da experiência trágica; ele pode ser consumido sem restrições e, assim, fortalece a ideologia da Indústria Cultural, porque alivia e distrai a consciência da quase verdade que ela percebe; a consciência - que não é rigorosa com a verdade, mas aceita bem ‘fatos alternativos’ ou mentiras úteis - mantém-se distraída; isso ameniza o cinismo de aceitar com pesar a verdade, que contraria a fantasia.

Para Adorno e Horkheimer (1985a), na perspectiva da Indústria Cultural, tanto quanto um perigo físico eminente, é temível o risco de que o indivíduo precise usar o pensamento próprio para entender e aproveitar a diversão.

No filme de animação dá-se o mesmo fenômeno de cativação aplicado a outros gêneros. Os indivíduos não devem pensar, devem apenas prestar atenção a fim de deixarem-se surpreender pelos clichês e absurdos hilários. As referências embutidas, em outros filmes, a personagens ou a fatos da realidade (históricos ou geográficos, por exemplo) não ativam o pensamento, porque são apenas elementos cômicos para quebras programadas; elas reforçam a atenção flutuante e o desapego à convergência com a realidade, posto que o filme se fecha em seu próprio universo com todo o sentido de que precisa. O mundo fantástico da animação aprimora o condicionamento do espectador no sentido de uma identificação mais automatizada, pelo tom de brincadeira, sonho e imaginação que o desenho animado evoca. Mais do que em outros gêneros do cinema, a distinção entre fantasia e realidade é mais fugidia, envolvendo o espectador não apenas em sua trama, mas em seu modo de conceber o mundo, um modo semelhante ao onírico.

Entre os efeitos que a experiência estética do filme provoca está o medo. O espectador, ao se identificar com o experimentado na obra cinematográfica, sente a tensão e o medo como se fossem seus. Assim, o riso segue o medo; é o relaxamento após a tensão da ameaça - não apenas à diversão, mas à identidade prazerosa de consumidor, ameaçada com os deveres do trabalhador. Além disso, a repetição da situação medo-alívio pelo riso constitui-se em condicionamento da subjetividade do espectador que se permite viver a tensão e a violência da Indústria Cultural para obter, em seguida, o alívio e o prazer, por meio da diversão risonha. A indústria da diversão oferece abundante e insistentemente momentos de alívio - uma libertação

e sensação de potência. O riso diante desses momentos iguala-se à felicidade, enganando os indivíduos sobre a promessa de felicidade e prazer.

O riso, tanto o riso da reconciliação quanto o riso de terror, acompanha sempre o instante em que o medo passa. Ele indica a liberação, seja do perigo físico, seja das garras da lógica. [...] *Fun* é um banho medicinal, que a indústria do prazer prescreve incessantemente. O riso torna-se nela o meio fraudulento de ludibriar a felicidade (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 131).

“Rir-se de alguma coisa é sempre ridicularizar” (*Idem*, p. 132). Quando tudo pode ser ridicularizado, a vida se torna barbárie. Ridicularizar é a violência contra os elementos que ofereceriam perigos. Assistir à violência - e aos personagens - é tão prazeroso quanto receber a violência das exigências do produto. Os produtos massificados reservam sempre um “alívio cômico” - seja pelo contexto, seja pelo absurdo introduzido - que pretensamente mantém a massa segura, aliviada, distraída, docilizada. Os autores não fazem apologia a uma vida carrancuda, mas à conscientização da função do riso no instrumental de controle da Indústria Cultural.

No teatro grego clássico havia apenas dois gêneros a serem explorados: tragédia e comédia, de onde vem o ícone clássico do teatro com duas máscaras unidas, uma com expressão da tristeza e outra com a da alegria. A tragédia era considerada um gênero literário nobre que, por meio do drama, suscitava no público o terror e a piedade, narrando histórias de deuses e heróis e expondo as paixões humanas. Por outro lado, a comédia era tida como uma obra menor, direcionada ao riso - experimentado coletivamente - trazendo narrativas engraçadas (sátiras) da vida comum dos homens. Mesmo assim, entendia-se que ambas eram necessárias para a constituição e equilíbrio da vida humana (Berthold, 2004). Desde o início da peça era sabido se tragédia ou comédia; o que mais importava não eram surpresas ou reviravoltas (*plot twist*), mas a narrativa e os elementos simbólicos apresentados. A Indústria Cultural, ao cooptar a diversão e transformar a comédia em entretenimento, precisa também se valer da outra força da subjetividade, o trágico: uma questão ontológica e experiência universal. A indústria do entretenimento utiliza essas forças a seu próprio modo, desenvolvendo técnicas para melhor orquestrar a subjetividade dos espectadores. O trágico não diz mais respeito à existência humana, às relações, aos mitos e outras inquietudes. Ele é reduzido a uma ameaça à manutenção do sistema e perde sua significação para o aprofundamento da consciência sobre a vida. Quem não coopera com o sistema é uma ameaça; há um drama nisso e os não ajustados recebem a justa punição de um destino trágico. Adorno e Horkheimer (1985a) ressaltam que em todos os produtos de massa há a “confirmação da ordem e uma corrupção do trágico” (p. 143). Sobre essa ordem insistentemente presente, eles esclarecem:

A indústria cultural determina para o trágico um lugar fixo na rotina. A simples existência de uma receita conhecida é suficiente para apaziguar o medo de que o trágico possa escapar ao controle. A fórmula dramática [...] abrange toda a cultura de massas (*Idem*, p. 142).

A ideologia de dominação da Indústria Cultural desenha e exhibe, por intermédio de seus produtos culturais, uma realidade específica, apresentada fechada e suficiente, harmoniosa e completa. Tal realidade modelada, reproduzida insistentemente, gera em seus consumidores a impressão de ser plena e magnífica, posicionando-se acima de qualquer contradição ou crítica, ensejada como a necessária medida para viver. Esse processo se fortalece quanto mais a realidade é saturada com sofrimentos necessários, ganhando contornos de destino, de inevitabilidade. Os indivíduos não podem ter acesso total à felicidade e satisfação prometidas, apesar das promessas serem constantemente reafirmadas. A vida difícil que o sistema coercivo instaura - com sua rigidez, repetição, falta de sentido e monotonia - enfraquece os indivíduos - revitalizando o individualismo - e deixa as massas mais manipuláveis. O indivíduo se torna uma mônada: “cada uma das quais se entrega ao prazer de estar decidida a tudo às custas dos demais e com o respaldo da maioria” (*Idem*, p. 132).

Ao despir-se de si mesmo (individualidade) e se entregar ao sistema (coletivismo), o indivíduo se enfraquece, ao mesmo tempo que fortalece o sistema. Ele deve entregar-se de corpo e alma para ter a felicidade prometida, que nunca chega plenamente. Fica desamparado por abdicar de sua individualidade mas, por isso mesmo, torna-se alguém de confiança, que não vai tentar ser original e questionar o sistema. O sistema de dominação obriga-os a adotar um determinado modo de comportamento, exposto pelas instituições sociais e pelo cinema: a conduta exemplar da integração à sociedade chamada civilidade. “A aparelhagem inflada do prazer não torna a vida mais humana para os homens” (Adorno e Horkheimer, 1985a, p.130). O sistema prefere a utilização de suas possibilidades técnicas para o consumo estético massificado ao uso de suas capacidades para lidar com as misérias sociais. Essa é uma tragédia da qual se afasta a consciência para conviver com a barbárie imposta pelo sistema e a ela sobreviver. A violência do indivíduo sobre o outro para obter o que deseja é apoiada pela maioria, que também está disposta a fazer o mesmo - a barbárie da sociedade.

Após ver algo do pior da vida cotidiana, temperado no trágico comedido, pode-se voltar a viver normalmente. São importantes função e efeito do filme: o final feliz do filme reitera a promessa de satisfação imediata; o infeliz redireciona para a trilha em busca da felicidade na vida real: afasta-se do que pode destruir a vida e levar à infelicidade e se estimula o que pode construir o sucesso e estabelecer a felicidade prometida. Mudanças necessárias para a vida coletiva podem ser apresentadas sem dificuldade e aceitas em toda sua extensão, sem

resistências, por meio da indústria cinematográfica. O cinema oferece repetidamente exemplos e contraexemplos da vida como a sociedade a espera e, desse mesmo modo, constrói o desejo de obtê-la. O espetáculo impele à ordem do sistema; ele demonstra o destino trágico e as benesses de desempenhar ou não a conduta exemplar que aponta para as promessas já feitas. Com isso, “o cinema torna-se efetivamente uma instituição de aperfeiçoamento moral” (Adorno & Horkheimer, 1985a (*Idem*, p. 143).

Na repetição da realidade desgastante, desesperadora e sempre igual, as situações espetacularizadas do trágico suavizado tornam-se esperança para continuar a viver; expõe-se insistentemente uma realidade sofrível, moderada, que passa a ser familiar e suportável. Essa contradição não se demonstra claramente, mas é reforçada quando o sofrimento abrandado é dado como um remédio contra a sensibilidade que arrisca despertar a consciência. A cultura industrializada tem seu papel na instauração da esperança e da desesperança quando treina os indivíduos a se integrarem: a subscreverem suas condições individuais por outras oferecidas externamente. O indivíduo deve continuamente comprovar sua disposição moral a render-se à sociedade e agregar-se a seu fluxo, esforçando-se para atender aos parâmetros da cultura industrializada e, assim, demonstrar que se identifica com o poder que lhe oprime, não constituindo ameaça, mas permanecendo esperançoso de suas bondades oportunas. “A vida no capitalismo tardio é um contínuo rito de iniciação” (*Ibidem*).

Freud (1914/2010a) argumentou que a cultura tem por papel ser a domadora dos instintos humanos, dominando todos os instintos, não apenas os bárbaros. Ser socialmente adaptado envolve a renúncia da satisfação plena de forças instintivas; sem tal ação não seria possível a civilização. Adorno e Horkheimer (1966) compreendem que a cultura se constitui na experiência da sociedade, ao mesmo tempo que a constitui. A cultura pode bloquear tanto as forças que levam à destruição, quanto as que podem gerar mudanças. Para o sistema que se esforça em manter o existente (*status quo*) e suas relações de poder, ambas as possibilidades são igualmente ameaçadoras. A cultura precisa restringir também as fagulhas de resistência e revolução desde sua subjetividade. A cultura industrializada estabelece os parâmetros e lança as condições padronizadas para uma vida exemplar. Desde cedo, ela faz o indivíduo se exercitar para ter todas as condições de atender a seus parâmetros. O sistema dominante, com sua cultura industrializada monótona, que entedia e enfraquece o indivíduo, é um poder coletivo que o guia e para o alvo ao qual deve se entregar. “A Indústria Cultural coloca a renúncia jovial no lugar da dor” (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 132). Tanto o excesso quanto a abstinência (ascese) são tentativas de satisfação de desejos renunciados; há nisso uma dor profunda dos sentidos. Ela deve ser substituída por uma renúncia jovial, leve. Interessa à Indústria Cultural que a dor

da renúncia não seja experimentada, mas sim substituída - numa falsa sublimação. É na tensão entre o desejo excitado e a interdição da satisfação que a Indústria Cultural tem força e campo para suas ofertas - promessas adiadas. Os indivíduos não devem obter o que procuram - é a lei da Indústria Cultural -, mas devem contentar-se em observar e renunciar, suavizados pelo riso. Freud (1914/2010a) assevera que a civilização impõe renúncias às pessoas e Adorno e Horkheimer (1985a) acrescentam que a Indústria Cultural demonstra isso em cada um de seus espetáculos e produtos culturais. A castração não pode ser revogada pela Indústria Cultural, visto que a ameaça da castração é sua própria essência. A renúncia jovial é a evitação da castração; é uma prevenção que a mantém distante, mas presente, revelada como uma ameaça - que sugere um recuo ao conservadorismo. Quando a ameaça se desfaz vem o riso do alívio. Diante dessas tensões e ameaças, contrasta-se a serenidade, eventualmente admitida como a verdadeira alegria. (Adorno & Horkheimer, 1985a).

O sistema deve manter o consumidor preso, cativo. Este não deve intuir em nenhum momento a possibilidade da resistência. A Indústria Cultural, com suas propagandas e produtos culturais, leva o indivíduo a acreditar que depende dela para satisfazer suas necessidades, quando as necessidades que experimenta foram previamente organizadas pela própria Indústria Cultural. Ele deve acreditar também que o recebido é o suficiente, e deve se contentar. Na sua dependência, ele se vê unicamente como o consumidor, porque ele próprio não pode produzir algo para si, não detém os modos de produção. Assim ele é um objeto da Indústria Cultural, não um sujeito. Ele é manipulado, usado, enganado e risonho - isto é, aliviado pelo riso. “A diversão favorece a resignação, que nela quer se esquecer” *Idem*, p. 133). A Indústria Cultural aproveita a fome (necessidade; instinto), cria um produto (solução/objeto), estimula o desejo e o direciona para um produto (mercado). Faz crer que a fome e a felicidade só existem nesses produtos. A prometida fuga do cotidiano é o escape que a própria Indústria Cultural oferece da opressão que ela instaura; o escape reconduz ao ponto de partida; ela domina os meios e assim pode vender mais um elemento de alívio e outro de opressão. “A Indústria Cultural volta a oferecer como paraíso o mesmo cotidiano” (Adorno & Horkheimer, 1985a, p. 133), do qual pretende esquivar-se. O indivíduo não percebe porque se tornou objeto da Indústria Cultural.

Adorno e Horkheimer (1985a) ressaltam que “ninguém pode mais se perder de si mesmo” (p. 136), mas é forçado a ver-se repetidamente nos produtos que consome. Antes, o espectador via representados nos filmes os eventos de sua vida, do que guardava alguma distância. Agora, o que é apresentado a ele são pessoas do público e suas vidas privadas. Ele deve identificar-se com elas e, assim, vê-se permanentemente representado, impositivamente aproximado. “Mas essa igualdade implica a separação insuperável dos elementos humanos”

(*Ibidem*). Tão identificado, fragmentado e particularizado está, que não tem noção do todo e do universal que lhe permita encontrar sentidos.

O espectador, ao ver-se representado, iguala-se a todos, identifica-se plenamente com o outro e enfraquece sua individualidade. Para ser representado, precisa ser destituído de elementos humanos idiossincráticos. Com isso, o indivíduo representado é a média da população, como se fosse o todo da população, para definir o modelo, a regra, o valor. Essa média é uma definição estatística da Indústria Cultural para a construção de um indivíduo genérico. Para que todos possam ser comparados, são reduzidos a um índice estatístico, ao qual passam a pertencer; genéricos, todos são comparáveis e substituíveis.

As mercadorias produzidas e as propagandas reproduzidas confirmam, exaltam e estimulam a média; o mesmo para as relações que os indivíduos estabelecem, que reproduzem o modelo introjetado e os confirmam como seres genéricos. Para se tornar mais semelhante e integrado, o indivíduo precisa abrir mão de suas características pessoais e ser um pouco mais como os outros: mais genérico. Assim, “a semelhança perfeita é a diferença absoluta” *Idem*, p. 136). Sua condição individual não será percebida com o tempo, porque a identificação se sustenta perene; ao mesmo tempo, as semelhanças mostram suas fissuras com os movimentos inevitáveis da dinâmica social. Um esforço individual é exigido para integrar-se, como o esforço para a diversão. A Indústria Cultural também se empenha continuamente para manter a harmonia social e a familiaridade do existente; ela se vale das ideologias do acaso e do esforço pessoal para retocar o verniz brilhante da coesão forçada da sociedade.

## **2.5. As personagens e as identificações: Heróis, Vilões e Anti-heróis**

Na visão de Adorno e Horkheimer (1985a) os personagens são construídos e apresentados com uma igualdade essencial. Quer dizer que não há diferenças substanciais que os definam, mas características estereotipadas e medianas que confirmam um ar de semelhança e familiaridade. Isso facilita a compreensão do espectador e sua identificação com eles. Também restringe a necessidade de pensamento e possibilidades de percepção outras. A estereotipia direciona a percepção e o pensamento, conduzindo o espectador nos caminhos traçados pelos produtores. Apenas o vilão é diferente, pois com ele não se deve identificar e simpatizar-se. Essa figura apresentada nos filmes é como um *outsider* ou, mesmo, um indivíduo original. Ele precisa ser reconhecido incontestavelmente, ora no início, ora no decorrer da trama, mas de modo a não deixar brechas para dúvidas. Um mal-entendido quanto a isso poderia levar à interpretação equivocada de que a sociedade está contra pessoas de boa vontade; ao contrário,

heróis e vilões bem definidos reforçam a ordem social, promovendo as identificações dos espectadores com os princípios sociais desejados.

O herói tem origem nos mitos gregos. Em geral, era o filho mortal de um deus com uma humana. Ao mesmo tempo que encarna a condição humana, com suas complexidades, ambiguidades e paixões, também a transcende, vivendo capacidades, virtudes e valores elevados e desejáveis. Aparentemente, toda cultura tem necessidade de mitos e heróis e a Psicanálise contribui na compreensão desse mundo simbólico subjetivo. De modos variados, nas diversas culturas o herói mantém sua sina simbólica de lidar ou confortar sobre as fraquezas humanas. Assimilado na cultura ocidental o herói recebe diversos contornos e um aporte de idealizações por intervenção da Indústria Cultural. O herói é elemento essencial para humanizar a narrativa e prover condições de identificação dos espectadores com ele, por meio do entretenimento e da catarse. No advento do cinema o herói rebelde se populariza e oferece um modelo aparentemente livre, com possibilidade de escolher seu próprio caminho (Feijó, 1984). Contudo, no conjunto harmonioso da história contada, encaminham-se os espectadores novamente à integração social

Os estereótipos de herói e vilão, mocinho e bandido, estão fartamente espalhados por todos os produtos culturais e são claramente polarizados (Adorno & Horkheimer, 1985a). O herói e a heroína, são protagonistas, exprimem o bem, o belo, o bom, o justo, a luz, o equilíbrio, a força, a coragem, o amor, o romance, a pureza, a heteronormatividade etc. Seu oposto, o vilão e a vilã, coadjuvantes nas cenas mas essenciais para a trama, podem ser representados por pessoas, grupos ou situações. O vilão é visto como o mal, não apenas um representante da maldade; ele é posto em contraposição ao bem; é alguém sem moralidade ou com alguma não coletivamente aceita, demonstrada na aparência, no comportamento e nas intenções. Algumas das características comuns são: perverso, sensual, mal, feio, deformado, repulsivo, estranho, bizarro, amedrontador, louco, rebelde, desumano, animalesco, desajustado, ruidoso, excêntrico, impositivo, manipulador, dissimulado, ardiloso, bruto, planejador, incógnito, obscuro, perturbador, violento, injusto, impiedoso, egoísta, desprezível, com visão distorcida da realidade<sup>41</sup> (Faria, 2012).

Os vilões de fábulas e contos de fadas são, majoritariamente, figuras de autoridade e poder - rei, rainha, príncipe, princesa, mago, chefe etc. Os heróis são figuras geralmente sem

---

<sup>41</sup> Alguns exemplos de estereótipos de vilão: Drácula, Dr. Moreau (A Ilha do Dr. Moreau), Coringa (Batman, Cavaleiro das Trevas), Lex Luthor (*Superman*), Hannibal Lecter (Silêncio dos Inocentes), Ben Linus (*Lost*), Darth Vader (*Star Wars*), Scarlet Overkill (Minions), Saruman (O Senhor dos Anéis) entre outros.

privilégio, subalternos, em busca de felicidade, justiça, ou melhores condições de vida, estando em situação de sofrimento, pobreza, desvalia e injustiça. Precisam superar obstáculos, correr riscos, enfrentar desafios subjetivos e objetivos, transformar-se em alguém melhor; em suma, trilhar o que se denominou ‘jornada do herói’. Tanto um quanto o outro tendem a encarnar os papéis desejados pelas crianças para si mesmas, com os quais elas se identificam e se projetam nas histórias, assimilando os valores nelas embutidos (Bettelheim, 2002; Campbell, 1990).

O herói clássico, amplamente representado na Antiguidade Clássica, já não se faz absolutamente representativo na literatura medieval. Desse período até a literatura moderna, mais ainda essa figura emblemática ganha tons e contorno diferentes. Ele passa a exibir características novas como uma tendência individualista, que contraria o coletivismo das narrativas clássicas. Aos poucos ele não é mais dado como um transcendente humano, mas ocupa sua própria época, enseja experiências mais humanas e aproxima-se das figuras aristocráticas. O abandono dos valores tradicionais do herói culmina, na modernidade, com a figura do ‘herói problemático’, que vive angústias pessoais, dilemas éticos, confrontos com o mundo, uma identidade fragmentada entre outras características indicativas do cotidiano de sua humanidade (Arantes, 2008).

Na desmistificação do herói e na conseqüente subversão dos valores heroicos (afastamento da perfeição mítica e aproximação da realidade humana), tem espaço a figura controversa do anti-herói. Ele não antagoniza o herói ou outra personagem de uma narrativa; sendo um protagonista, ele se posiciona como um contraponto à figura do herói tradicional, definindo outra possibilidade dada pela humanização (Arantes, 2008).

O caráter anti-heroico existia na literatura antes do século XX, mas é no início desse período que se firma como um modo de contestação da ordem vigente. Ele não se estabelece como um tipo de vilão, diferente do vilão tradicional, mas ainda um oponente ao herói e seus valores. Ele renega a representação tradicional do herói, apresentando sua impotência e sua incompetência, seus medos e seus constrangimentos, sua violência e suas inconstâncias etc. Apesar desses atributos não atrativos a um herói, o anti-herói fascina e perturba, ganhando mais projeção (Brombert, 2001).

Ele ainda é uma referência à figura do herói trágico, mas não atende ao estereótipo clássico de herói, nem ao de vilão, mas também não é uma variação do herói. Ele não sustenta as tradicionais virtudes esperadas de um herói, mas revela um heroísmo em meio a sua humanidade. É um transgressor justificado, um derrotado vencedor, um sofredor comovente. Ele parece ser uma superação do herói, tirando o foco das polaridades com o vilão; entretanto, acaba assumindo características de ambos, cria um terceiro estereótipo, a partir da conciliação

dos anteriores. Nele, não há maldade facilmente identificável, apenas suas fraquezas humanas e algumas atitudes dúbias, que eventualmente se manifestam como forças e assertivas. Assim, exprime-se uma complexidade familiar nas ações e no modo de ser e pensar; muitas vezes ele parece apenas um herói confuso, imaturo, frustrado ou insatisfeito com sua vida (Adorno & Horkheimer, 1985a; Arantes, 2008).

No cinema, mais e mais se explora a personagem do anti-herói; como protagonista que é, relativamente indefinido e imiscuindo-se nos estereótipos de vilão e de herói tradicionais, ele aproxima dos expectadores a narrativa, reforçando o realismo do filme. A novidade é uma promessa de releitura dos modelos já estabelecidos, evidenciada no tom carregado de humor, sátiras, absurdos, quebra de expectativas e de convenções sociais, violências e outras surpresas que contrastam com o ideário do herói hollywoodiano ou mítico<sup>42</sup>.

Sendo o oposto do herói, ao vilão cabem ações igualmente polarizadas. Este deve ser destruído, ter um final dramático e cruel. O herói deve ser laureado, recompensado, amado. O anti-herói propõe uma tangente; parece ocupar a faixa central de um gradiente, aproximando elementos das polaridades: ele pode parecer um vilão, mas age como mocinho: ele “tem um bom coração”. É a personagem que parece herói, mas engana a todos e tem um expediente oculto para alcançar seus objetivos, enquanto às claras disfarça-se como bondoso herói, ainda é visto como vilão, revelado após o *plot twist* que escancara as “verdadeiras” intenções do falso herói. O anti-herói não disfarça ser herói ou vilão; sendo um tipo não convencional de herói, oferece outras possibilidades de identificações aos espectadores. Tomando o presente trabalho, podem-se identificar os Minions como anti-heróis; eles buscam um vilão para servir, mas não assumem o papel de vilão ou sua moral; o público é levado a se identificar com eles, por seu comportamento “normal” e engraçado; eles são carismáticos e inofensivos, justificados pelo *non-sense*. Não há maldades que lhes sejam atribuídas, atos deliberados para prejudicar outrem. Há “apenas” erros e inocência, o que os distingue dos verdadeiros vilões, que têm intenção declarada de causar mal.

Quando a distinção entre vilão e herói não é muito clara, deixa-se um espaço para uma liberdade presumível para que a pessoa descubra a que lado pende: o que vai querer ser. Tal liberdade não existe na realidade; mesmo as condições de ser original são reduzidas; a sociedade dispõe de mecanismos de controle que orienta e reorienta os indivíduos para a

---

<sup>42</sup> Alguns exemplos do estereótipo de anti-heróis: Frankenstein, Hans Solo (Star Wars); O Justiceiro (Punisher); Walter White (Breaking Bad), Dexter Morgan (Dexter), Cyberdyne System Model 101 (Exterminador do Futuro); Capitão Nascimento (Tropa de Elite); Wolverine (X-Men); Capitão Jack Sparrow (Piratas do Caribe) entre outros.

integração, para que sejam “do bem”, isto é, alinhados aos parâmetros sociais vigentes. Adorno e Horkheimer (1985a) asseveram que a pessoa original, que busca fazer as coisas a sua maneira, independente dos limites impostos pela sociedade, vai ser vista com um vilão, um desajustado, uma intimidação aos outros; essa atitude ameaça uma pretensa harmonia. Vilões ameaçam a sociedade e heróis a protegem. O anti-herói não faz ameaça diretamente e, aparentemente também não reforça a ideologia social. Entretanto, essa dinâmica, agora mais plural, certamente atende às expectativas da manutenção da sociedade, oferecendo aparente liberdade e outras possibilidades de identificação. Contudo, tudo está sustentado pelos produtores, aliançados com a ideologia vigente.

Como o bem e o mal, o certo e o errado, o justo e o injusto, não estão dados claramente, mas distribuídos em várias camadas, que mostram suas nuances dependendo da perspectiva, o espectador precisa de outros elementos que o ajudem a definir as personagens para compreendê-las e, então, identificar-se. Parece uma legítima atitude ativa deste, mas tende a ser apenas uma comparação orientada pelo próprio produto e pela cultura já assimilada. É baseando-se nos estereótipos conhecidos que ele reconhece o perfil das personagens; precisa disso porque é angustiante não ter clareza de com quem se identificar. Esse momento é proposital, provocado por uma ambiguidade intencionalmente arquitetada, seguida de surpresas no *timing* certo, para lidar com um sofrimento planejado, suavizado ao seguir com o alívio importante que aproxima o espectador do personagem, ao qual adere, como num movimento rebote.

Essa violência (ameaças planejadas) é algo desejável aos produtores; as tensões produzidas favorecem os alívios gerados. Esse é o produto que realmente se busca: sentir algo que brevemente dissolva o tédio; que anestesie a opressão da monótona realidade, que distraia do sempre igual. Conforme o espectador identifica o bem o mal, representados pelo herói e o vilão, ele pode tomar um partido, como se fosse uma escolha. Há mercado para ambos os lados, com produtos, críticas, teorias, fãs etc. O vilão ainda é o *outsider* que ameaça a ordem social, enquanto é uma variação negativa do herói que, por fim, reafirma a versão atual da realidade. Há ideologias dispostas em outras camadas, abaixo das evidências das figuras do herói, do vilão e do anti-herói, suas ações e consequências. Estas não são sequências diretas das ações, mas escolhidas para salientar as ideologias nos modelos de comportamentos. Ao fim do filme, pode-se ver na realidade o que foi representado nele; a partir disso, pode-se agir na realidade do mesmo modo, nos mesmos termos. A realidade é, em alguns aspectos, imitada do cinema, independente do gênero cinematográfico; com o realismo necessário, facilita-se uma transposição do que o espectador apreendeu do filme para a realidade e de volta para o filme, redundando na intensificação da fantasia (Adorno & Horkheimer, 1985a).

Como os filmes dão ênfase mais no acaso do que no esforço, reforçam pela repetição e pela identificação projetiva do indivíduo que o esforço tem pouco ou nenhum valor direto sobre o trabalho o resultado desejável, pois a felicidade não se pode calcular. Ao espectador cabe apenas ser agraciado ou fazer a própria sorte. Perde-se a noção do processo e do que é necessário para se construir e se obter algo na realidade cotidiana, longe da vida cinematográfica. Ao acaso é atribuído o mesmo peso que ao planejamento para a realização da vida, como se o sucesso fosse apenas o outro lado da moeda<sup>43</sup>. O sucesso é apresentado como se estivesse ao alcance do braço. Não é necessário reconhecer suas capacidades ou incapacidades, basta apenas desejar o sucesso; acredita ser possível porque viu na grande tela e se identificou. O acaso tem um apelo importante ao enfraquecer a ideia da necessidade do esforço pessoal. No acaso, qualquer pessoa está prestes a receber a premiação (Adorno & Horkheimer, 1985a).

Assim, o cinema demonstra e reafirma uma espécie de estado de bem-estar social em grande escala, que reforça a ideologia dominante e tranquiliza os espectadores com a segurança do reconhecível. Precisa ser acentuada a disposição da sociedade de não se voltar contra as “pessoas de bem”, de boa vontade para com a ordem coletiva; assim, os indivíduos podem manter-se aconchegados na protetora sociedade. Ao mesmo tempo, é apontado como ameaça quem não se adapta a ela, apresentando-o como “o vilão”. O indivíduo original é também um perigo porque não adere ao bem-estar social geral; ele não está preocupado em manter a ordem social. O indivíduo - independente, original, sem evidente vínculo com o sistema - já é suspeito, só por não ser objeto de assistência externa de ninguém; ele deve ser excluído, punido com um destino trágico, sofrimento, ostracismo, pobreza, vergonha etc. (Adorno & Horkheimer, 1985a).

Assim, a violência contra esses indivíduos é justificável. Seja por ação direta ou indireta, a violência se revela na intenção de causar dano a pessoas ou coisas. A agressividade que impulsiona comportamentos hostis a outrem direciona-se ao simbólico que se quer destruir, representado por um objeto. A violência é uma atuação (passagem ao ato, sem intermédio do ego) diante da impossibilidade da palavra (elaboração de significado). Essa reação do psiquismo (organismo) ao seu contexto (social), se reprimida pelo ambiente, ao invés de acolhida, retroalimenta o ciclo de violência. Acolher a atuação violenta permite significar a

---

<sup>43</sup> Mário Sérgio Cortella (2010) ilustra a “Síndrome de Balboa”, assim denominada pelo autor. Diante de uma situação difícil, a pessoa imaginária que uma música empolgante vai tocar e em dois ou três minutos ela está pronta para resolver o desafio, assim como o Rock Balboa - e outros heróis populares - prepararam-se para os seus momentos de *climax*: ao som e no período de uma música de ‘alto astral’.

agressividade e elaborar o seu ciclo, ao invés de, ao desconhecê-lo, acabar por reproduzi-la (Costa, 1995).

Os produtos culturais que vendem a violência como diversão, entre eles os filmes de animação, não têm a capacidade de acolher para elaborar. Eles capitalizam e repetem a violência, sem espaço para significação porque não há interação (alteridade), apenas uma mediação fria, que lança aos espectadores seus significados prontos. Essa repetição da Indústria Cultural não colabora com a que Freud (1914/1969) identifica como recurso valioso para o psiquismo na elaboração dos temas subjetivos, algo que as crianças fazem constantemente, repetindo as mesmas histórias e brincadeiras. Recordar, repetir e elaborar salientam as condições necessárias para o desenvolvimento psíquico. Requer da história ou brincadeira a função de mediação para elaborar significações de suas experiências reprimidas ou esquecidas. Esse processo é interrompido quando esses instrumentos são apresentados para fins de consumo, ou seja, têm um fim em si mesmos, como insiste em definir a Indústria Cultural. A agressividade violenta não significada presta-se apenas a reações atuadas e reprodução do ciclo de violência. Os bens culturais não fornecem experiências estéticas que auxiliem nesse processo de elaboração, ao contrário, reforçam a regressão e oferecem uma pseudo-sublimação por meio de experiências empobrecidas.

A diversão, quando entrou no mundo dos negócios, submeteu-se à racionalidade técnica (Adorno & Horkheimer, 1985a). As alternativas de diversão disponíveis no mercado do entretenimento cada vez mais privilegiam a esfera da vivência e menos o âmbito da imaginação; cada vez precisa-se menos de imaginação para que a diversão ocorra e mais de sensações; para a diversão massificada, pensar é desnecessário e até inconveniente. Há uma recusa da razão como requisito para a diversão, ao mesmo tempo em que se utiliza de toda técnica disponível para oferecer ao ‘melhor’ entretenimento. “Divertir-se, nos dias de hoje, significa entreter-se reagindo a uma gama de estimulações variadas provocadas em nós a partir do contato com objetos externos. Em última análise, divertir-se equivale a experimentar sensações” (Lastória, 2003, p. 183). Mesmo que este autor esteja analisando diretamente a diversão com brinquedos, o fenômeno subjacente equivale ao do filme, que, segundo Benjamin (1987a) não é apenas um conjunto de estimulações para recepção visual, mas para o que ele chama de recepção tátil, ou seja, há uma experiência cinestésica, de uma sensorialidade mais ampla que a visão (mais no tópico em recepção visual e tátil). Assim, podemos compreender que o cinema mais atual, enfocando em especial o cinema de animação, visa a oferecer mais experiências cinestésicas, para além da estimulação visual. Movimentos de câmera, mudanças de ambientes, elementos que se contrastam claramente, grande movimentação dos personagens, tanto ações

evidenciadas, quanto cores vibrantes entre outros componentes observáveis propiciam sensações, movimentos e envolvimento.

Na medida em que os indivíduos buscam meramente as sensações possíveis nas mediações mecanizadas e nos objetos automatizados, já não se trata de uma experiência (formadora), mas de uma vivência, empobrecida e estéril (Benjamin, 1987b). Na vivência esvai-se a possibilidade de narrar a experiência, sobrando as expressões prontas (clichês e estereótipos) que, por sua vez, também não permitem refletir e elaborar sobre a experiência. Esse modo de entretenimento se pauta nas possibilidades da tecnologia de oferecer novidades, variações e repetições para fins de consumo, como usufruto do mercado pela racionalidade técnica (Lastória, 2003).

De modo geral, seja pelo contato físico com aparato para a diversão, seja pelo cinema, os estímulos e suas repetições constroem um ambiente de relativa ameaça, no qual o medo e o alívio dançam juntos. Adorno e Horkheimer (1985a) frisam que essa é uma estratégia sempre presente nos bens culturais; o riso vem do alívio da ameaça ou tensão que se impõem ao consumidor. A sensação de bem-estar depois do medo e tensão é obtida como o divertimento em si. Nesse jogo de aperta-e-afrouxa, a subjetividade do indivíduo se condiciona a esse padrão de diversão, desde a atenção necessária para usufruir do entretenimento midiático até os comportamentos esperados para se aproveitar bem as ofertas de diversão disponíveis. Com isso, molda-se ainda cedo, pela repetição suave, persistente e diversificada, uma subjetividade para o entretenimento que possa divertir (Adorno, 1986b).

A violência é um elemento importante para a diversão atual. Com a oferta constante e diversificada, dessensibiliza-se o indivíduo a ela. Adorno e Horkheimer (1985a), ao tratarem do trágico amenizado, expõem a lógica do processo de suavização da barbárie. O filme, assim como o brinquedo, expressa as representações do mundo adulto, apresentadas às crianças e aos adultos para o entretenimento, servindo como preparação direta e indireta para a adaptação à sociedade e a sua ideologia. Esse aspecto ideológico dos bens culturais é uma declaração socializadora da Indústria Cultural. A barbárie será mais discutida adiante.

Pretendeu-se, até aqui, expor o lugar do cinema e do filme de animação na Indústria Cultural e o lugar desta no projeto social de adaptação e reprodução da barbárie. Um filme é construído de modo a atender às fórmulas de sucesso econômico, ao mesmo tempo em que serve à divulgação da ideologia e ao processo de conformação dos indivíduos aos padrões sociais. A comunicação estabelecida por meio do filme apresenta mensagens que transmitem distintas camadas de significados, ocultas e manifestas, as quais os espectadores recebem por

intermédio dos estímulos audiovisuais e sensações cinestésicas que invadem os sentidos, numa espécie de recepção direta, pouco ou nada refletida.

Na constituição da obra cinematográfica, os produtores se preocupam em criar efeitos que encantem e distraiam. Valem-se de toda técnica e tecnologia disponível para tal. Para um ótimo aproveitamento da diversão oferecida, requer-se um modo de atenção específico, para o qual a própria Indústria Cultural educa os consumidores, ao longo dos anos de socialização dos indivíduos em contato com os meios de comunicação de massa. Cada bem cultural prescreve a seus consumidores as reações que devem ter para divertir-se. Assim, a subjetividade para o entretenimento prescinde de seu pensamento, rendendo-se ao pensamento administrado. Não há novidades quanto aos conteúdos, mas apenas quanto às técnicas de produção. A estética aplicada, empobrecida pela técnica fetichizada, não propicia a experiência estética formadora, mas disfarça com uma aparência artística, o suficiente para atrair e entretém seu público.

Desse modo, o cinema tem condições de cumprir sua função social de agente ideológico, posto o encantamento que exerce em seu público, oferecendo cultura, entretenimento e diversão para o alívio do trabalhador, para ocupação de seu tempo livre, para o consumo de mercadoria, para a divulgação de estilos de vida e de padrões identitários, para a orientação ideológica do modo de ver o mundo e agir nele. O riso, o medo, o absurdo e o trágico amenizado são como matérias primas para essa pirotecnia hipnotizante, mantendo os indivíduos enredados e adaptados à racionalidade da sociedade administrada. Os indivíduos tornam-se dessensibilizados quanto às expressões de violência e trágico que, aliás, é vendida como diversão. Insensibilizam-se também para com a barbárie experimentada cotidianamente nas mediações, que, suavizada, pode ser suportada como natural e reproduzida como modo de ser social.

É imperioso questionar: a quem interessa a violência banalizada? Por que seria necessário esse extenso preparo da sociedade para mitigar/suavizar sua relação com a barbárie? Que sociabilidade é essa na qual se investem tantos recursos para estabelecer e reproduzir? Desse ponto parte-se para analisar o filme de animação, esse importante veículo da Indústria Cultural voltado para a diversão da criança e da família, em especial no que concerne à questão da pseudoformação. Pretende-se, assim, apreender algumas de suas camadas de significados e compreender seu papel na reprodução da barbárie e na banalização da violência.

### **3. O cinema de animação e a formação cultural: método da pesquisa e análise**

Este capítulo se organiza em dois momentos: a primeira parte contempla aspectos teóricos necessários à análise de filmes e, a seguir, apresentam-se os elementos da análise técnica de filme, como base para a investigação dos elementos constitutivos e formativos do filme de animação, em especial para efeito da pesquisa aqui realizada, da análise do filme de animação “Minions”. Esta exposição metodológica embasa-se na análise de conteúdo conforme utilizado por Adorno (1986c, 2008) e no processo de decomposição dos componentes fílmicos, pautados em Penafria (2003, 2009) e Rose (2015).

#### **3.1. O desenho animado e o cinema de animação: história e contexto**

O cinema de animação é dependente das técnicas e das tecnologias cinematográficas, posto que só poderia existir com o avanço destas, semelhante ao que se verifica na história do cinema tradicional. Em sua origem, os filmes de animação eram o porta-voz da fantasia, dando corpo a imaginação e aos sentidos, opondo-se à rigidez do racionalismo. Com a evolução do cinema como um modo de expressão artística, agregada à tecnologia e ao negócio, o cinema tornou-se um expoente da razão tecnológica que se sobrepõe à verdade - sobre a sociedade e as condições de vida. Os sentidos dos indivíduos acostumados ao novo ritmo e à percepção indistinta entre a fantasia e a realidade, dessensibilizam os indivíduos de sua própria condição de vida, minando sua resistência individual a todas as exigências da Indústria Cultural. Dadas as semelhanças realistas nos filmes e as identificações que provocam, a verdade é posta de lado em prol da diversão e do entretenimento colorido, cada vez mais chamativo e fantasioso, com a aplicação perfeita das técnicas e fórmulas de sucesso. Assim, os filmes, em seus diversos gêneros, cumprem igualmente uma função ideológica de desviar a atenção das condições e contradições sociais. Os inocentes e engraçados filmes de animação transformam-se em mais um dos produtos que expressam os interesses dos produtores, apenas suavizados com humor e aventuras, mas carregando propósitos ideológicos e mercadológicos (Adorno & Horkheimer, 1985a).

O cinema de animação passou por diversas transformações no curso de seu desenvolvimento. A animação precede o cinema, mas só se estabeleceu como produto cinematográfico com o advento de aparatos tecnológicos, o que lhe proporcionou condições técnicas, artísticas e mercadológicas para se firmar como negócio importante da indústria do entretenimento. Até o momento, o auge do desenvolvimento da indústria da animação se dá

com a evolução da computação gráfica e sua aplicação no cinema em geral, mas, em especial nos filmes de animação de curta e longa metragem (Bortoletto, 2008; Fossatti, 2009; Salgado, 2005).

A animação do desenho é o resultado de um processo de constantes avanços das técnicas, dos conceitos e dos suportes tecnológicos. Os componentes elementares que propiciaram o surgimento da animação já se mostram presentes muitas décadas antes do cinema, quando artistas e cientistas já lidavam com materiais e engenhosas fabricações para provocar efeitos sobre a percepção humana, em especial a impressão de movimento (Fossatti, 2009).

Compreender a trajetória histórica da animação<sup>44</sup> é essencial para um olhar crítico sobre os produtos de entretenimento e a cultura segmentada ao público infantil. Sobretudo, é essencial para a compreensão dos elementos implicados na investigação desse objeto de pesquisa, posto que o desenho animado, como outros objetos culturais historicamente determinados, é um entroncamento em que incidem uma multiplicidade de vetores. Além disso, este segue como um desafio ainda recente a respeito do qual existe escassa produção científica. O que se expõe sobre o cinema de animação lança luzes sobre aspectos relativos a esse fenômeno, ora técnicos ora sociais, mas não se detém em investigar o papel desse tipo de produto cultural no âmago da formação subjetiva propiciada pela Indústria Cultural. Apesar das diferentes concepções de infância que subjazem nesse contexto, pode-se abordá-la a partir das relações estabelecidas entre as crianças, os adultos, os produtos culturais e seus objetos. Na sociedade capitalista, todas as experiências de entretenimento são atravessadas pelo viés do negócio e do consumo. Histórias e personagens, informações e objetos, experiências e fantasias, tornam-se produtos a serem consumidos como o lúdico da vivência infantil (Salgado, 2005).

A seguir, são apresentados alguns movimentos históricos marcantes, necessários à compreensão da construção da categoria do cinema de animação como objeto de pesquisa<sup>45</sup>.

Alguns eventos indicam as contingências que possibilitaram a construção do cinema e demarcam sua trajetória histórica e social, até culminar na primeira exibição pública paga de

---

<sup>44</sup> A perspectiva histórica que se delinea é eminentemente norte-americana, dada sua relevância no avanço de técnicas e conceitos de animação e hegemonia mundial de suas produções (Bortoletto, 2008; Salgado, 2005).

<sup>45</sup> Esse apanhado histórico do cinema de animação encontra-se esquematizado em tabela no Anexo 1.

um filme, em 1895, organizada pelos irmãos Lumière<sup>46</sup>, em Paris, quando se considera o nascimento do cinema. Talvez, o mais remoto que se possa avançar no passado é o teatro de sombras chinês, no qual sombras de figuras são projetadas para ilustrar uma narrativa. Ele é descrito em uma lenda datada do ano 121, indicando que sua existência é, ainda, anterior. No ocidente, Athanaius Kircher, em 1645, apresenta a lanterna mágica, uma caixa portadora de uma fonte de luz e de um espelho curvo, através do qual se projetavam imagens derivadas de *slides* pintados em lâminas de vidro. Peiter Van Musschenbrock, continuando o trabalho de Kircher, produz ilusão de movimento em 1736. Etienne Gaspard Robert, em Paris de 1794, faz uso comercial da lanterna mágica em seu espetáculo “*Fantasmagorie*”. Em 1826, Peter Mark Roget, médico inglês, publica seu estudo sobre a Teoria da Persistência Visual, na qual defende que o olho humano tem a capacidade de reter imagens por um breve momento, fazendo-o perceber uma sequência de imagens como uma única imagem em movimento. No avanço do século XIX, diversos aparelhos são criados explorando e combinando esse princípio fisiológico e algumas proposições físicas – valendo-se das propriedades físico-químicas de materiais (Taumatoscópio (1825); Fenaquistoscópio (1828); Estroboscópio (1832); Zootoscópio (1834); Flipbook (1868); Praxinoscópio (1877); Teatro Óptico (1892) (Bergan, 2009a; Bortoletto, 2008; Salgado, 2005).

Paralelamente à criação de engenhosas máquinas, destaca-se também a invenção da fotografia, em 1839. Com o vultoso desenvolvimento das ciências e as consequentes transformações sociais, culturais e econômicas, surge a fotografia, que atua como instrumento inovador, contribuindo tanto para a pesquisa científica quanto para a expressão artística. Nesse cenário a fotografia com equipamento, materiais e técnicas continuou a desenvolver-se no decorrer do século XIX (Kossov, 2001). Assim, o homem foi capaz de registrar sua realidade com uma intervenção humana aparente neutra, mas que é apenas diferenciada da comumente realizada até então, como a que se dá com o quadro que depende de seu pintor. Essa supostamente isenção da intenção humana no registro fotográfico exerceu grande atração para

---

<sup>46</sup> <sup>46</sup> Os irmãos Lumière (Auguste Marie Louis Nicholas Lumière e Louis Jean Lumière), são amplamente referenciados como os pais do cinema, após sua primeira projeção pública em 1895. O cinematógrafo Lumière proporcionava uma projeção coletiva e superava a exibição da fotografia animada. Contudo, essa parte da história não é unânime. Araujo (1995) menciona que a animação de imagens também podia ser vista, por um único espectador, no Cinetoscópio, criado por Thomas Alva Edison em 1881. Cholodenko (2017) discorre longamente sobre a história da animação e do cinema, contestando o pioneirismo dos irmãos Lumière e atribuindo a Émile Reynaud esse lugar, por ter sido o primeiro a produzir efeitos de movimentos em figuras humanas, pela fotografia. Assim, para esse autor, Reynaud não só seria o criador da técnica de animação (apresentada em suas criações: o Praxinoscópio, em 1877, e o Teatro Óptico, em 1892), mas estaria também inaugurando uma nova arte: o cinema. Todavia, o cinema conhecido hoje descende da concepção dos irmãos Lumière. O propósito desse exposto é ressaltar o caráter tecnológico e progressivo que permitiu a origem do cinema e que ainda do mantém em expansão.

sua popularização (Araújo, 1995). A contradição dessa situação já se mostra na intenção de registrar e se mantém presente também no como e no que se registra, mesmo que não haja uma intenção artística no fazê-lo. Outra contradição se evidencia na aparente intenção de retirar o homem do processo que ele mesmo desenvolve. O ideal de registrar a realidade tal qual ela se dá, sem interferência humana, atende ao espírito do desenvolvimento científico à época.

Esses fatos deram base conceitual e tecnológica para o passo a seguir: a invenção do cinema. Este uniu a fotografia, que evoluíra ao longo do século XIX, e o som, cuja técnica foi dominada no final do século XIX, pelo inventor estadunidense Thomas Edison, precisamente em 1877, com a patente do “Fonógrafo com folha de estanho”, que permitia registrar e reproduzir sons. O conceito de animação antropomórfica, que consistia em dar vida a objetos inanimados, foi definido em 1880. Edison, em 1881, criou o Cinetoscópio, um projetor de imagens em movimento. Posteriormente, os irmãos Lumière criaram o Cinematógrafo, equipamento capaz de registrar, revelar e projetar a película. Oficialmente, inaugurou-se o cinema com a primeira apresentação pública do Cinematógrafo Lumière, em 1895, em Paris, marcando o início de um novo tempo para a humanidade, com mudanças não vistas até então<sup>47</sup>. Em 1926, capitaneada pela empresa Vitaphone, ocorreu a padronização da velocidade de projeção (24 fotogramas por segundo para imagem e rotação de 33 1/3 para disco de som). O grande desafio técnico do cinema foi dar som à imagem e, apenas em 1927, dá-se o advento do cinema sonoro. Nas décadas de 1930 e 1940, no chamado cinema clássico de Hollywood, o som seria bastante explorado nos diálogos e músicas. Outro grande avanço do cinema se dá a partir de 1960, quando equipamentos portáteis (16 mm) permitiram o registro de imagem e som de modo sincronizado, possibilitando a construção de filmes diferentes dos que até então estavam fixados nas estruturas dos estúdios (Penafria, 2003).

No início da história do cinema, nas décadas de 1900 a 1920, denominada Cinema Mudo ou A Era do Silêncio, explorou-se a imagem em movimento, essencialmente em preto e branco, sem som relativo as imagens, mas acompanhado com música executada ao vivo, simultaneamente a exibição do filme. Emile Cohl, em 1908, inspirado nos quadrinhos cômicos da imprensa gráfica, produz “*Fantasmagorie*”, a primeira animação feita com a técnica *frame a frame* – que permitiu movimentos fluidos. Essa novidade alcança o mercado internacional. Em 1914, Winsor McCay cria “*Gertie, the Dinosaur*”; o curta-metragem produzido com cerca de dez mil desenhos, inaugura o gênero de animação ainda sem som e sem cores. Pat Sullivan

---

<sup>47</sup> Tais impactos ficam mais claros com as contribuições de Benjamin (1987a) e Adorno & Horkheimer (1985a) para compreender a sociedade e a subjetividade após a presença do cinema na história da humanidade.

e Otto Messmer produzem “*Felix, the Cat*” em 1919; ainda sem cor e sem som, mas com ênfase na personalidade e nas histórias que invadiam o irreal; essa personagem torna-se um astro do cinema nos anos seguintes. Avanços tecnológicos permitem a integração de cor às animações em 1920. Em 1928, Walt Disney é o primeiro a integrar som e cor em suas animações. Seu pioneirismo e busca constante de qualidade coloca-o como referência no ramo (Bergan, 2009a; Bortoletto, 2008; Fossatti 2009; Melo, 2011; Salgado, 2005).

Da década de 1930 à de 1960, se dá a chamada Era de Ouro do desenho animado. Nos anos 1930 e 1940, o grande crescimento de Disney e seus estúdios, tanto em suas produções quanto em seus conceitos e técnicas revolucionários, promove uma hegemonia do seu estilo na esfera da animação, sendo um modelo a ser seguido. Os valores e conceitos de Walt Disney podem ser percebidos nas composições de personagens e cenas. Aproveitando da linguagem cinematográfica, Disney buscava maior verossimilhança (aparência de verdade, semelhança com a verdade, plausibilidade), imprimindo o hiperrealismo às suas produções. Esse esforço é tido como um aprimoramento da animação, conferindo-lhe noções de proporção, tempo e perspectiva. Os estúdios Disney mantinham-se em constante aprimoramento técnico, pesquisavam e integravam novas tecnologias às suas produções, buscando manter sempre um alto nível na qualidade final. Estabeleceu-se, assim, um paradigma na arte e técnicas de animar, associando realidade e fantasia (Bergan, 2009b; Bortoletto, 2008; Fossatti, 2009; Salgado, 2005).

A animação passa a ser vista como indústria do entretenimento propriamente dita. O hiperrealismo buscava fazer a animação representar a realidade, como o cinema a realizava. Implica a aproximação máxima do desenho à realidade, subordinando personagens, ambientes e objetos às leis do mundo real, desde a concepção e estética do corpo e seu movimento, obedecendo a atributos e tendências reais de humanos e animais. Assim, agregou-se vida e expressão aos personagens, de modo a torná-los como seres vivos, como reais. Contudo, é necessário ir além das expressões faciais e da -realidade dos movimentos, atribuindo-lhes personalidade (identidade) e mente (processos de pensamento) para que se aproximem do real. Destarte, o público poderia reconhecê-los como vivos, identificar-se e relacionar-se com eles como se existissem de fato. A ilusão de realidade é um ponto central do desenvolvimento da animação, assim como foi a ilusão de movimento em seus primórdios (Bortoletto, 2008; Fossatti, 2009; Salgado, 2005).

Ainda nos anos 1930, com o advento da televisão, os desenhos animados são adaptados a esse novo meio, mas produzidos para o cinema e veiculados principalmente em suas salas para o grande público. Em 1938, Chad Groskopf cria “*Willie, the Worm*”, primeiro curta

metragem criado propriamente para a televisão. Na década de 1940, novos estúdios surgem nos Estados Unidos e na Europa, e concorrem direta e indiretamente com o *Walt Disney Studios*. A *Warner Bros* direcionou seus esforços para atender a demanda da televisão com animações de curta-metragem, deixando as produções de longa-metragem com a Disney. Devido a sua frenética produção e enérgica difusão, ela foi considerada ‘a indústria do desenho animado’. Outra importante diferença com a Disney é que a *Warner Bros* optou pelo surrealismo e a comédia delirante<sup>48</sup>, rompendo com o hiper-realismo da Disney e sua inclinação aos contos clássicos (Bortoletto, 2008; Fossatti, 2009; Melo, 2011; Salgado, 2005).

A MGM (*Metro-Goldwyn-Mayer*), operante de 1940 a 1957, deu ênfase à “animação da personalidade”, produzindo “Tom e Jerry”, sucesso desde sua entrada no cenário da animação. O destaque de “Tom e Jerry” pode ser atribuído à aproximação e afastamento dos conceitos de animação da Disney. De um lado, o esforço de dar vida aos personagens seguiu os preceitos definidos pela Disney; por outro, rejeitaram a tendência de duplicação da realidade (hiper-realismo), abrindo-se mais o irreal, proporcionando uma percepção mais flexível dos personagens, seu contexto e sua narrativa. O esperado ritual de perseguição de Jerry por Tom não refletia a única dinâmica da relação dos personagens. Mediante mudanças das circunstâncias, eles passavam de inimigos a aliados, e retornavam em seguida. Atente-se para a ambiguidade das identidades de Tom e Jerry, tanto imprevisíveis quanto complementares. Os papéis permutáveis no decurso do episódio não definem os lados de vilão ou vítima. Enquanto Tom faz o que se espera de um gato - que “naturalmente” cace ratos - e que seja, aparentemente, o mais forte e preparado, ele sofre os reveses de suas investidas sobre Jerry, o pequeno e esperto rato que, com um pouco de sorte e astúcia, sai-se bem e dá o troco a Tom, em uma espécie de vingança e diversão sádica. Para Jerry, é como se fossem aventuras que se realizam positivamente, seja com sutileza ou abruptamente (Fossatti, 2009; Salgado, 2005).

Os irmãos Fleischer, pela *Paramount Studio*, especializaram-se no uso da rotoscopia, (criada em 1915) e do acetato (celuloide transparente). Técnicas novas e aprimoradas, permitiam diminuir os custos de produção à medida que reduziam o trabalho dos desenhistas, economizavam tempo e ofereciam mais possibilidades frente à animação tradicional. Pretendia-se aprimorar os movimentos, incrementando realismo, além de abrir novas possibilidades de mercado para a animação. Porém, essa simplificação técnica não alcançou a

---

<sup>48</sup> Um exemplo atual desses princípios de animação da *Warner Bros. Animation* é a série de televisão “*Tiny Toon Adventures*”, concebida na década de 1980 por Tom Ruegger e revitalizada por Steven Spielberg nos anos 1990.

qualidade dos produtos da Disney nem seu sucesso mercadológico (Bortoletto, 2008; Fossatti, 2009; Salgado, 2005).

Fundado em 1940, o estúdio *United Productions of America* (UPA), ofereceu um rompimento com o realismo das produções Disney. A UPA respondeu aos anseios por novas possibilidades estéticas e mercadológicas, optando por distanciar-se do paradigma de animação da Disney, de alta qualidade, porém dispendioso e demorado. Primava pela economia do traço, pela concisão e pelo conteúdo satírico, aceitando experimentações de formas, cores, texturas, som e enredo. “O estilo UPA serviu às necessidades da televisão, permitindo produções de baixo custo. No entanto, derivações deste traçado, marcado pela simplificação, interferiam na qualidade das animações, refletindo-se negativamente no conceito UPA” (Fossatti, 2009, p. 10).

Nas décadas de 1940 e 1950, intensificam-se as produções de séries animadas para a televisão, promovendo maior inserção do desenho animado no cotidiano das crianças. A indústria do desenho animado, com a constante preocupação com alto custos e longo tempo de trabalho exigido para a animação, busca aprimorar técnicas e desenvolver novas formas de trabalho. Além disso, constitui-se importante tarefa dos estúdios transformar suas personagens em celebridade (astros do cinema), a exemplo de Gato Félix, Betty Boop, Mickey, Popeye, Pato Donald, Tom e Jerry etc. (Bergan, 2009a; Fossatti, 2009; Salgado, 2005).

O período seguinte, das décadas de 1960 até a primeira metade de 1980, é compreendido como a Era da Televisão, na qual esse meio de comunicação de massa atinge sua forma plena. Nesse interim, em especial no final dos anos 1960, consolidaram-se importantes avanços tecnológicos que apresentam os primeiros indícios da animação por computador, já anunciados em 1963 com o lançamento do primeiro programa gráfico interativo, produzido por Ivan Sutherland do MIT<sup>49</sup>. (Bergan, 2009a; Bortoletto, 2008; Lucena Jr., 2002)

Em 1967, é lançado “Mogli, o menino lobo”, encerrando a atuação direta de Walt Disney, falecido em 1966. Em seguida, no ano de 1970, os Estúdios Disney, lançando “Aristogatos”, fazem sua última produção de animação com o método tradicional, isto é, totalmente desenhado a mão. A televisão, então popularizada, demandou mais produções e exigiu agilidade e menores custos. Atendendo às novas exigências, os Estúdios Disney aderiram à técnica Hanna-Barbera, popular nas décadas de 1950 e 1960, que consistia em poses-chave, com movimentos apenas das extremidades, diminuindo o trabalho dos animados, mas prezando

---

<sup>49</sup> *Massachusetts Institute of Technology*, prestigiosa instituição privada de ensino e pesquisa, situada em Cambridge, Massachusetts, EUA, dedicada ao desenvolvimento das mais diversas tecnologias de ponta.

ainda pela qualidade. Assim, um quadro poderia ser utilizado repetidamente, o que permitiu a criação de novas séries de animação por simplificar o trabalho de animação, baixando custos e propiciando ritmo contínuo e curto intervalo entre as produções (Bortoletto, 2008; Fossatti, 2009; Salgado, 2005).

Durante a década de 1970, dá-se um arrefecimento do cinema de animação, isto é, nas animações em longa-metragem. Enquanto se ampliam as produções para o formato televisivo, os adultos passam a ser vistos como um novo público para as animações. Em 1973, são exibidos os primeiros filmes (em *live-action*) com cenas em que se aplicou a técnica CGI (*Computer Generated Images*; - Imagens geradas por computadores: 2-D CGI em “*Westworld*” (1973), e 3-D CGI na sua sequência “*Futureworld*” (1977). O ano de 1974 é reconhecido como marco inicial da animação por computador, com o uso da técnica de interpolação de objetos no filme “*Hunger*”, de René Jodoin (Bortoletto, 2008; Fossatti, 2009; Lucena Jr, 2002; Salgado, 2005).

A importante rede televisiva norte-americana ABC é impedida, em 1975, de exibir a animação “Tom e Jerry”, considerada excessivamente violenta. Devido às críticas sobre seu produto (astros), encomendou sua recriação, por seus próprios criadores – Bill Hanna e Joe Barbera. “Novos episódios são criados em que Tom e Jerry aparecem como bípedes e parceiros e não mais como quadrúpedes e inimigos envolvidos em perseguições e revanches” (Salgado, 2005, p. 75). A nova geração de crianças rejeitou as mudanças das aventuras mais insípidas e a audiência caiu. Isso sugere uma preferência por narrativas que explorem rivalidades e desforras a parcerias. Conforme observa a autora:

É interessante observar que, muitos dos episódios de Tom e Jerry, veiculados atualmente no Brasil por emissoras de canal aberto ou a cabo, são aqueles produzidos nas décadas de 40 e 50, que trazem Tom e Jerry como personagens em conflito e imersos em uma trama marcada por disputas, trapaças, armadilhas e vitórias, cuja narrativa muito se aproxima à de um jogo, tornando-se, portanto, mais atraente para as crianças do que as histórias em que os contrastes entre o gato e o rato se diluem por completo (Salgado, 2005, p. 76).

O período de meados da década de 1980 até o tempo atual é chamado A Era Moderna ou A era da animação digital. Durante a década de 1980, grandes investimentos são realizados em desenhos animados comerciais e, em 1985, associam-se, efetivamente, as indústrias de animação e a de brinquedos, titulando a animação como um grande negócio para a sociedade de consumo<sup>50</sup>. O atrelamento dos negócios faz a animação perder qualidade porque, agora, o

---

<sup>50</sup> Um exemplo é a linha de brinquedos (bonecos) “*Master of the Universe*” (Mestres do Universo), lançados pela fabricante de brinquedos Mattel, inspirada na mini-série de gibi (HQ) homônimo de 1982, da DC Comics. Incluem-se nesse universo, as personagens “*He-Man*” e “*She-Ra*”, veiculadas na série de desenho animado intitulada “*The*

foco é outro. As tendências de mercado ditam os brinquedos e as animações que são lançadas. A composição de uma personagem fica vinculada às demandas das grandes fabricantes de brinquedos. A indústria do entretenimento “faz de seus personagens mercadorias a serem consumidas tanto na versão animada quanto sob a forma de brinquedos e *gadgets*” (Salgado, 2005, p. 77).

Em abril de 1987, a série de animação “*The Simpsons*” marca o ressurgimento de animação para adultos, seguindo a mesma lógica de mercado já estabelecida<sup>51</sup>. Criada por Matt Groening para a *Fox Broadcasting Company*, foi concebida como uma série de curtas de animação. Seu grande sucesso a promoveu, em dezembro de 1989, a um programa no horário nobre da emissora (Franzão, 2009; Melo, 2011).

Ainda nos anos 1980, o desenvolvimento de *software* e *hardware* permitiram o crescimento da animação por computador. A computação gráfica é utilizada para produzir e melhorar efeitos no cinema. O cinema de animação é reaquecido com a animação digital (2D e 3D CGI) e com o controle de figuras articuladas. Os Estúdios Disney, comparados com outros, continuam timidamente no ramo de cinema de animação, ainda buscando a vanguarda com os avanços tecnológicos. Em 1982, “*Tron*” foi o primeiro longa-metragem dos Estúdios Disney a

---

*Secret of the Sword*” (“*He-Man e os Defensores do Universo*”, no Brasil). A série do gênero ação, aventura e fantasia, com 130 episódios, foi produzida por Filmation Studios, entre 1983 e 1985. Na sequência foram produzidos filmes de longa-metragem, jogos de videogame e muitos outros itens temáticos disponibilizados aos consumidores. No início dos anos 2000 houve uma nova versão (“*As Novas Aventuras de He-man*”), exibida ainda hoje nos canais fechados juntamente com a versão anterior (Melo, 2011).

<sup>51</sup> “Os Simpson” é uma série de animação adulta\* para televisão, no modelo de uma *sitcom*\*\* . Os protagonistas são uma família disfuncional e estereotipada, composta pelo pai (Homer Jay Simpson) estúpido e atrapalhado, a mãe (Marjorie “Marge” Bouvier Simpson) dona de casa, protetora e responsável, o filho de 10 anos (Bartholomew “Bart” Simpson) esperto e rebelde, a filha de 8 anos (Elisabeth “Lisa” Marie Simpson), prodígio, ativista e ética e a filha caçula (Margareth “Maggie” Simpson) um bebê que ainda não fala, mas é tida como a mais inteligente de todos. Outras personagens compõem a família estendida e os demais habitantes da cidade. As histórias se passam em Springfield (uma cidade fictícia) e ironizam o estilo de vida da classe média, a sociedade e a cultura norte-americanas, a televisão, a escola, o trabalho, a religião e outros diversos temas da humanidade. Desde a estreia, em dezembro de 1989, foram produzidos 618 episódios e esta tornou-se uma das séries americanas de maior duração e que por mais tempo foi exibida em horário nobre. Em 2016, a série estreou a 28ª temporada e teve anunciada sua renovação até a 30ª temporada. O filme, lançado em 2007, arrecadou mais de meio bilhão de dólares em todo o mundo (Franzão, 2009; IMDb, 2017).

\* A classificação indicativa americana (MPAA *movie ratings system*) é “PG” (“*Parental Guidance Suggested. Some Material May Not Be Suitable For Children.*”), contendo, possivelmente, material impróprio para menores de 10 anos de idade, recomendando supervisão dos pais (IMDb, 2017). No Brasil, a maioria dos episódios é considerada “Não recomendado para menores de 10 anos” para Violência, Drogas, Sexo e Nudez, e um menor número é classificado como “Não recomendado para menores de 12 anos” (Brasil/Ministério de Justiça, 2012) (IMDb, 2017).

\*\* *Sitcom* é a abreviação de *situation comedy* (ou comédia de situação); é um tipo de atração televisiva de curta duração, com personagens comuns em ambientes cotidianos (família, grupo de amigos, local de trabalho), que encenam histórias cômicas. Em geral, os episódios são preparados como em uma peça de teatro e gravados ao vivo (*Single Cam* ou *Multi Cam*), em frente de uma plateia que ri à vontade (IMDb, 2017).

valer-se da computação gráfica em sequências completas e na integração de animação a personagens reais (Bergan, 2009a; Bortoletto, 2008; Lucena Jr, 2002).

O ILM (*Industrial Light and Magic*), um departamento da Lucasfilm responsável pelos efeitos especiais, cria a *Pixar Image Computer*, em 1980. Esta última, desde sua origem, vem desenvolvendo diversos *softwares* e aprimoramentos técnicos de digitalização, importantes para a animação digital. Em 1986, a Pixar lança o curta-metragem “*Luxo Jr*”, a primeira produção do gênero de animação totalmente realizada por computador, chegando a concorrer ao Oscar. Mais adiante, em 1989, “*Tin Toy*”, também da Pixar, foi o primeiro ganhador do Oscar na categoria “Melhor curta-metragem animado” (Bergan, 2009b; Lucena Jr., 2002; Melo, 2011).

Expande-se, no decorrer dos anos 1990, o “*Anime*”, nome dado à animação japonesa, com estética e composição de personagens próprios, que rompem com o padrão americano. Esse subgênero de animação continua hoje em franco crescimento (Salgado, 2005).

O atual estágio de desenvolvimento do cinema de animação é delineado por alguns marcos recentes, indicados por lançamentos de filmes de longa-metragem a partir de meados dos anos 1990. A Disney, em 1994, combinando técnicas tradicionais com tecnologia digital, lança “O Rei Leão”, apresentando uma densidade incomum no conteúdo e na trama, associada à bela estética e a um acentuado apelo emocional. Esse filme de animação obteve grande retorno em crítica e em recordes de bilheteria. Em 1995, foi lançado ‘*Toy Story*’, coprodução<sup>52</sup> que uniu os paradigmas estéticos da *Walt Disney Studios* à tecnologia de animação da, então chamada, *Pixar Animation Studios*. Destacou-se por ser a primeira animação totalmente realizada por computação gráfica, o que rendeu ao diretor John Lasseter o “Prêmio de Realização Especial” do Oscar de 1996, além de diversas outras indicações e premiações. No Brasil, é lançado, no início de 1996, “*Cassiopéia*”, o primeiro longa-metragem brasileiro de animação completamente produzido por computação digital (CGI), sem qualquer escaneamento de modelos físicos (Fossatti, 2009; Lucena Jr, 2002; Melo, 2011).

A *DreamWorks Animation SKG*, criada em 1994, firma-se na animação digital com ‘*Formiguinhaz*’ (1998) e é pioneira com a técnica de massa de modelar com ‘*Fuga das Galinhas*’ (2000). Ao lançar seu grande sucesso ‘*Shrek*’ (2001) definiu-se como principal concorrente da Pixar/Disney. Uma nova categoria do Oscar é especialmente criada para os filmes de animação: Melhor filme de animação. Passa a vigorar em 2002, contemplando ‘*Shrek*’

---

<sup>52</sup> Somente em 2006, a Disney adquiriu a Pixar por uma vultosa quantia.

com a honraria de Oscar por Mérito. Com isso, a Academia de Artes e Ciências Cinematográficas (AMPAS, *Academy of Motion Picture Arts and Sciences*, vulgo *The Academy*) demonstrou o reconhecimento desse gênero, motivado – não declaradamente – pela aceitação do público e do mercado cinematográfico (Bergan, 2009b; Melo, 2011).

Novas técnicas de captação de movimento são apresentadas em *Final Fantasy: The Spirits Within* (2001), da Square Pictures, e em *The Polar Express* (O Expresso Polar, 2004), este considerado o primeiro filme totalmente feito em captura digital (inserido, em 2006, no *Guinness Book of World Records*). O aprimoramento dessa técnica de captura permitiu substituir a imagem dos atores por personagens animados, obtendo um efeito mais realístico na animação. A *20th Century Fox Animation*, um braço da *20th Century-Fox Film Corporation*, fundada em 1915, incorporou a *Blue Sky* em 1997. Lançou *Ice Age* (A era do gelo), em 2002, com recordes de bilheteria, sendo o primeiro de uma franquia de filmes de animação tida entre as mais lucrativas. Em 2004, *Shrek 2*, da *DreamWorks/Paramount*, alcançou um nível mais elevado da animação digital, beneficiando o realismo dos personagens com avanços técnicos que incrementaram noções de hiper-realidade, vistos nas nuvens e fumaças, água e fogo, ondulação de cabelos e pelos (Bergan, 2009a; Bortoletto, 2008; Fossatti, 2009; Salgado, 2005).

Outro grande sucesso de bilheteria no gênero ocorre em 2010, com o lançamento de ‘Meu Malvado Favorito’ (*Despicable Me*)<sup>53</sup>, uma animação da *Universal Studio* e da *Illumination Entertainment*. Ampliando a franquia, os estúdios lançaram, em 2015, *Minions*<sup>54</sup>, um *spin-off*<sup>55</sup> e *prequel*<sup>56</sup> de *Meu Malvado Favorito*.

---

<sup>53</sup> Sinopse de *Meu Malvado Favorito*: Gru, o protagonista, é um supervilão. Ele faz suas maldades ao redor do mundo, desenvolvendo aparatos tecnológicos para realizá-las. Em seu laboratório se encontram criaturas peculiares, os Minions, que o ajudam em seus intentos. Ele planeja tornar-se o maior vilão da história e inventa um equipamento, que é roubado por outro supervilão (o ‘V’) com o mesmo objetivo. Gru encontra três irmãs órfãs e pretende usá-las para reaver sua invenção, mas acaba sendo afetivamente impactado pelas meninas, vivendo diversos conflitos pessoais. Ele acaba adotando as meninas e se torna um pai de família, talvez um ex-vilão (IMDb, 2017).

<sup>54</sup> Sendo “Minions” (Coffin & Balda, 2015) o filme objeto desse estudo, a sinopse e as especificações técnicas dele estão apresentadas pormenorizadas mais adiante, nesse capítulo, na sessão da análise do filme, propriamente.

<sup>55</sup> *Spin-off* (história derivada ou derivagem) é um termo da comunicação midiática que se refere a uma continuação, uma obra decorrente, um desdobramento de uma peça já existente. Diferente de uma obra original que introduz em um universo – conjunto de obras relativas a uma mesma história ou personagens – o *spin-off* explora com mais detalhes temas, personagens ou eventos apresentados na obra precedente. A aclamação do público pode estimular a produção de um novo item, ampliando o universo proposto pela obra original. Este novo produto é chamado de sequência, quando mantém uma continuidade cronológica com a obra anterior; quando retrocede no tempo, apresentando elementos que antecedem a narração original, é chamado de *prequel* (Feitosa, 2017).

<sup>56</sup> *Prequel* (pré-sequência ou prequela) é um neologismo do mundo cinematográfico designativo de uma história que antecede a da obra anterior, exibindo eventos e nexos causais que explicam e contextualizam elementos apresentados da narrativa original. A prequela pode ou não explorar a trama da qual se deriva (Feitosa, 2017).

Vale ressaltar que os desenhos animados são criações dos adultos e refletem esse mundo. Conforme sugere Salgado (2005, p. 122), isso aponta, “de um lado, as demandas que crianças e adultos permutam em suas relações cotidianas [e], de outro, expressam a forma como os adultos concebem as crianças e o que delas esperam”. A autora continua observando que é nas relações que podemos apreender “os modos como esses sujeitos negociam valores, desenhando e redesenhando seus lugares e papéis sociais” (Salgado, 2005, p. 122). Algo que marca essas relações contemporâneas é o crescente protagonismo infantil, “que carrega uma contradição, manifesta, de um lado, na autonomia que as crianças vêm assumindo e, de outro, na tutela que os adultos ainda exercem sobre elas” *Idem*).

Os desenhos animados, à semelhança do caráter técnico e sociológico do filme, podem ser descritos, tecnicamente, como um conjunto de pranchas de desenhos, dispostos em uma sequência, atendendo a uma narrativa, exibidos na velocidade de 24 quadros por segundo, que dá a sensação de movimento. Sociologicamente, são textos midiáticos, que transmitem valores e envolvem com sua ludicidade (Adorno, 1986a). O desenho animado, ao representar personagens, objetos, ambientes e histórias, essencialmente confere vida ao inanimado. Desse modo, ele expressa esse princípio básico – do latim “*animar*, significa dar vida, animar, movimentar –, dando a ilusão de vida e movimento às linhas e formas (Lucena Jr., 2002; Melo, 2011; Wells, Quinn, & Mills, 2012).

Salgado (2005) aponta ainda para dois elementos importantes concernentes ao desenho animado. O primeiro é a televisão, apontada pela autora como o meio de comunicação de massa mais acessível aos grupos sociais, sendo um robusto modo de difusão desses produtos de entretenimento e promovendo sua ampla inserção na vida cotidiana das crianças. O outro fator é a própria constituição dos desenhos animados, concebidos para serem especialmente atrativos às crianças, com narrativas e personagens “que convidam a criança à brincadeira e ao jogo, além de apresentar-lhe modos de ser criança no mundo em que vive” (p. 19). Sendo o desenho animado uma produção cultural vinculada diretamente ao mundo infantil, pode-se apreender que parte de sua força exercida sobre a infância, a formação e o consumo vem de sua “intertextualidade que define e constitui a cultura lúdica contemporânea ao assumir a forma de uma extensa rede composta por narrativas e produtos, que advêm de diversos suportes midiáticos [e sociais] e estão conectados entre si” (*Ibidem*).

Como gênero cinematográfico, inevitavelmente associado ao nicho de mercado da indústria de brinquedo, o desenho animado, seja de curta ou longa metragem, está a serviço da construção de mundos imaginários, de personagens com identidade/personalidade marcante e

vida própria (como se fosse uma pessoa real com a qual o público pode se relacionar), que fazem parte da vida cotidiana não apenas das crianças, mas também de seus pais e educadores.

Atualmente, desvinculando-se dos contos clássicos – mas não totalmente, conforme esclarecem Adorno & Horkheimer (1985a) sobre a administração do trágico, a animação permite uma narrativa mais viva e fluida, oferecendo novas perspectivas lógicas. A ilusão de movimento e a metamorfose – criação e transformação de objetos – são a essência da animação. Nesse espaço de imagens criadas para ampliar as percepções imediatas do mundo, cria-se um mundo mágico de deslumbre e possibilidades: o possível e o impossível, o real e o irreal, convivem harmonicamente; tudo bem vivo, colorido, sonoro e impactante em suas representações. É esperado que a animação confronte as fronteiras da realidade e da ficção, retornando com a fantasia para a realidade da brincadeira infantil. (Salgado, 2005; Wells, Quinn, & Mills, 2012).

O desenho animado é assimilado, aos poucos, pela indústria do entretenimento como um valioso nicho de mercado e se espalha como grande distribuidor dos signos e valores culturais destinados à infância, a serem acessados e consumidos por meio de personagens e narrativas por crianças de todas as idades e em todo o mundo (Bortoletto, 2008; Salgado, 2005).

### **3.2. Análise de Filmes e Procedimentos adotados**

A cineasta e pesquisadora Penafria (2009) ensina que a análise é a etapa inicial que dá suporte à crítica ou ao estudo sobre um filme. Afirma que “analisar um filme é decompor esse mesmo filme” (p. 1), com intuito de compreender seus elementos e suas relações. Citando Eisenstein<sup>57</sup>, a autora destaca que a análise “exige uma observação rigorosa, atenta e detalhada a, pelo menos, alguns planos de um determinado filme” (p. 4).

Ainda conforme a autora, não há uma metodologia única para essa atividade, mas deve haver, ao menos, duas etapas, que se podem denominar “Abordagem do filme” e “Interpretação do filme”. Abordar o filme compreende: (1) identificar (separar, desunir) os elementos e (2) descrever os elementos, recorrendo a conceitos relativos à Imagem (a descrição plástica dos planos: composição, ângulo, enquadramento, técnicas etc.), ao Som (*voz off* e *voz in*; ambiente, trilha sonora etc.) e à Estrutura (roteiro, planos, cenas, sequências etc.). Interpretar o filme

---

<sup>57</sup> Sergei Eisenstein (1942/2002) foi um cineasta russo da primeira metade do século XX que se tornou um importante teórico de montagem moderna, destacando-se por publicar os primeiros trabalhos sobre análise de filmes.

envolve: (1) estabelecer as relações entre esses elementos decompostos; e (2) Reconstruir essas relações para perceber/compreender as associações dos elementos.

Não se trata de construir um novo filme com a interpretação, mas, considerando as articulações encontradas, ampliar o olhar e aprofundar a compreensão sobre a obra e as intenções artísticas expressadas pelo autor. “O filme é ponto de partida para a decomposição e é, também, o ponto de chegada na etapa de reconstrução do filme” (Penafria, 2009, p. 2).

Frisa esta autora que realizar uma análise não é fazer a crítica do filme. O objetivo da análise é esclarecer o funcionamento dos elementos de um filme e oferecer uma interpretação que possa alicerçar uma crítica, esta sim com uma perspectiva valorativa, beneficiando-se dos passos anteriores para ser coerente e significativa. Caso contrário, adverte Penafria (2009), é inevitável cair em lugar comum, com frases prontas que ignoram as singularidades dos filmes e seus contextos. O propósito da crítica de cinema não é escarafunchar significados ocultos, mas

[...] avaliar, ou seja, atribuir juízo de valor a um determinado filme – trata-se de determinar o valor de um filme em relação a um determinado fim (o seu contributo para a discussão de um determinado tema, a sua cinematografia, sua beleza, sua verdade...) (Penafria, 2009, p. 2).

No presente esforço de investigação acadêmica buscou-se respeitar esses dois limites: manter-se no âmbito da análise e não alçar o âmbito da crítica de cinema. Concentrou-se a pesquisa científica sobre os elementos (de)formativos do cinema de animação, não simplesmente ao filme de animação em foco. Conforme lembra Adorno (1986b), o filme possui elementos técnicos e sociológicos. Portanto, observa-se o filme não apenas como obra cinematográfica, mas, também, como instrumento social. Assim, para compreender mais profundamente seu papel na cultura e na formação dos indivíduos, faz-se necessário ir além dessa inicial e imprescindível etapa de análise. Para os fins aqui propostos, não cabe uma crítica cinematográfica. Contudo, partindo da análise do filme para galgar uma compreensão aprofundada de seus elementos, pretende-se embrenhar na interpretação da obra analisada, por meio da identificação e análise das mensagens manifestas e ocultas, distribuídas nas diversas camadas de significados do filme em questão.

Penafria (2009) explana sobre alguns cuidados referentes a análise de um filme. Ela observa que “o cinema apresenta grande imediaticidade, dada sua natureza imagética” (p. 3), mas se ele for reduzido a esses discursos imediatos, faz a experiência ser substituída por estes, perdendo sua característica de arte<sup>58</sup>. Ressalta, também, que analisar um filme todo pode

---

<sup>58</sup> Esse ponto é mais explanado no tópico “Cinema e a reprodutibilidade técnica”.

tornar-se uma tarefa interminável e recomenda definir trechos bem específicos como foco da análise. Outra questão é que o filme não é facilmente citável porque, no cinema, refere-se a imagens e sons, não somente a palavras ou textos. Por fim, indica possíveis relações que o analista possa estabelecer com o filme: definir elevado grau de racionalização e perder os elementos afetivos/subjetivos; situar-se como autor do filme e perder a posição de observador do espectador; considerar-se um “interpretador livre” (p. 5) e perder o diálogo com o autor, por desconsiderar sua posição e desígnios.

A autora oferece quatro formas de conceber a análise do filme: A Análise Textual considera o filme um texto e seu objetivo é alcançar a estrutura do filme dividindo-o em segmentos. Assim, enfatizam-se os códigos de cada filme (perspectivos, culturais, específicos). Outro modo é a Análise de Conteúdo, que considera o filme um relato e se preocupa com o tema do filme para proceder a sua decomposição, sempre com referência no tema. A Análise Poética é mais um modo e busca entender o filme como uma programação, com criação de efeitos estéticos. Por fim, a Análise da Imagem e do Som entende o filme como meio de expressão; ela analisa o espaço fílmico<sup>59</sup> e recorre a conceitos cinematográficos<sup>60</sup>.

Das concepções apresentadas, considerou-se a Análise de Conteúdo a forma adequada e suficiente para fins dessa pesquisa. Também se atentou para a advertência de selecionar cenas específicas para proceder à tarefa analítica.

Um modelo de Análise de Conteúdo foi a metodologia utilizada por Adorno (1986c, 2008), especificamente nos textos ‘Sobre Música Popular’ e ‘As estrelas descem à terra’. São estes a base para o procedimento aplicado no trato com o objeto desta pesquisa.

Em suas considerações iniciais, Adorno aponta a análise histórica da música popular como um possível método, mas insuficiente, para compreender sua função e seu arranjo atual. Assim, interessa mais proceder à identificação das características do fenômeno como se apresentam hoje do que remontar a suas origens – embora se preserve seu valor exploratório. As categorias construídas descrevem as relações apreendidas e seus efeitos. A partir de seus estudos sobre a música popular, o autor pôde compreender, por exemplo, que sua standardização se dá em termos estruturais; que o espectador está propenso a considerar as partes (detalhes) e apegar-se a elas mais do que ao todo (estrutura geral); que se utiliza um quadro geral distraído como pano de fundo, exposto sem relevância definida, mas necessário

---

<sup>59</sup> O campo e o fora-de-campo fazem parte de um mesmo espaço imaginário que se designa por espaço fílmico ou cena fílmica.

<sup>60</sup> Exemplo: verificar o uso do grande plano por diferentes diretores; verificar uma técnica/ideia recorrente em várias obras de um mesmo diretor.

para ressaltar os detalhes que se quer enfatizar; que o reconhecimento dos elementos da obra não é um meio para uma compreensão e a abertura para uma experiência, mas passa a ser um fim; que o reconhecimento de um elemento como familiar cobre os espaços e a atenção, evitando novas formas de compreensão das mediações dadas; que todo esse arranjo é racionalmente arquitetado. Estes, entre outros fatos observados, também podem ser identificados no cinema de animação como em outros itens culturais produzidos na lógica capitalista da Indústria Cultural (Adorno, 1986b). Algo próximo se dá no outro texto mencionado, no qual o autor, a partir do estudo das características de uma coluna diária de astrologia escrita por um renomado astrólogo em um importante jornal da época, identifica processos sociais e psicológicos, semelhantes aos de outros produtos culturais, que compõem a crença astrológica, cujo caráter pré-digerido atribui-lhe aparência de normalidade, autoridade e aceitação social (Adorno, 2008).

Assim sendo, é importante considerar o fenômeno do cinema de animação em suas características tal qual se apresentam atualmente. Entretanto, nesse processo de construção de categoria conceitual, é válido não ignorar um levantamento histórico, sem fixar-se neste como referência suficiente a sua compreensão, sob o risco de perder de vista sua função social atual. Portanto, ao lidar com o filme observado, seguiu-se sua orientação esclarecedora e cautelosa:

Psicologicamente, todos os fatores que enumeramos estão inter-relacionados a tal ponto que seria impossível separar a luz dos outros na realidade, e qualquer sequência temporal que se dê a eles seria altamente problemática. Nosso sistema será mais voltado para os diferentes elementos objetivos envolvidos na experiência do reconhecimento do que para o modo pelo qual a experiência de fato é atingido por um ou mais indivíduos determinados (Adorno, 1986c, p. 132).

Para Adorno (1986b), o filme é constituído por representações de objetos sociais, portanto, é representante da sociedade que o produziu. Seus elementos exibem a racionalidade da sociedade administrada. Assim, um filme é fonte de estímulos que produzem um efeito no indivíduo, revelando aspectos da vida deste na sociedade contemporânea. A obra cinematográfica expõe conteúdos e formas que contribuem para a constituição dos indivíduos na medida em que se conecta com elementos da esfera subjetiva, sedimentando os fundamentos da razão subjetiva da sociedade administrada.

Inicialmente, para explicar sobre o procedimento de análise de filmes, é importante considerar a questão mantendo em mente o meio utilizado para a pesquisa: imagens em movimento com som. Uma abordagem analítica do meio audiovisual (como a televisão, o filme e o vídeo) não pode ser feita apenas considerando-o como um texto. Em segundo plano, atuam

as técnicas dos especialistas (fotografia, som, direção etc.) que produzem e incrementam sentidos às narrativas, a partir da dimensão audiovisual.<sup>61</sup> “Os meios audiovisuais são um amálgama complexo de sentidos, imagens, técnicas, composição de cenas, sequências de cenas e muito mais. É, portanto, indispensável levar essa complexidade em consideração, quando se empreende uma análise de seu conteúdo e estrutura” (Rose, 2015, p. 343).

Rose (2015) salienta que, mediante o objeto estudado, o meio e outras contingências, algumas decisões devem ser tomadas por parte do pesquisador, porque não é possível abranger todos os elementos do material audiovisual, nem todas as dimensões do objeto pesquisado. O caminho orientado pela pesquisadora é adaptado aqui para quatro momentos, cada qual com seu conjunto de atividades: o levantamento do material a ser analisado; a transcrição do material selecionado; a tabulação de dados e a discussão dos resultados obtidos.

No que tange ao levantamento do material, é necessário, primeiro, eleger uma amostra, estabelecendo o que é incluído e o que é excluído do filme. A seleção do material para análise segue critérios pré-definidos pelos objetivos da pesquisa, que podem, eventualmente, serem revistos no decorrer dessa etapa. Por esses parâmetros, a definição do que entra na pesquisa é tão importante quanto a daquilo que sai, delimitando a amostra com a clareza necessária e suficiente abrangência, para um conjunto relevante de dados sobre o tema de interesse. Em seguida, construindo o *corpus* da análise, extrai-se do material audiovisual o que se alinha com os parâmetros estabelecidos. Os excertos explicitam os parâmetros e destacam as definições primeiras, fundamentadas no referencial teórico e nas delimitações do problema. Por fim, deve-se dar atenção às metáforas, isto é, às representações indiretas do objeto, tanto no texto quanto na esfera audiovisual. “Se a linguagem é, porém, um sistema, então os signos pertencentes a um contexto, quando presentes em um outro contexto completamente diferente, irão ainda carregar consigo algum peso do sentido original” (Rose, 2015, p. 348).

Quanto à transcrição ou transladação, seu objetivo é providenciar dados relevantes para a análise. Essa atividade transcreve os elementos expressos no filme – os textos das dimensões verbal e audiovisual – de modo a ser utilizado na análise, simplificando, codificando e organizando o material coletado. É fundamental definir as unidades de análise, tanto textual

---

<sup>61</sup> Didi-Huberman (1998), no texto “A imagem crítica”, propõe que os sentidos semióticos e sensoriais nascem juntos, não há tempo para reflexão sobre qual é decurso do outro. Assim, no contato com uma obra de arte, uma obra cinematográfica ou uma peça publicitária, o sujeito recebe tudo, signos e sensações (efeitos), sem reflexão. Posteriormente é que se pensa sobre o que lhe é dado, refletindo e significando seus conteúdos.

(como uma palavra ou expressão) quanto visual<sup>62</sup> (uma tomada de câmera ou cena completa, por exemplo). Para descrever o que se apresenta em uma unidade de análise podem ser utilizados códigos – Quadro Referencial de Codificação<sup>63</sup> – ou palavras diretamente. Talvez não seja possível descrever tudo, por isso, mais decisões devem ser tomadas para selecionar quais elementos serão observados (por exemplo: expressões faciais ou verbais, *close-up*, ângulo da câmera, plano fotográfico, número de pessoas na cena, utilização de determinada técnica, célula de ação, ausência/silêncio de determinado artefato, ambiente, música, nível simbólico de um elemento, relações entre personagens etc.) (Rose, 2015).

A tabulação de dados é um processo complementar ao descritivo já exposto; as tabelas de frequências e os quadros descritivos dão uma perspectiva do material diferentes de como ele se apresenta (como filme). Esse é o processo da Análise de Conteúdo que, no presente trabalho, caminha junto com a análise de filme. Rose (2015) avança as limitações desse processo, trazidas à baila nas críticas ao método. Uma das limitações se refere à impossibilidade de traduzir, nos recortes das unidades de análise e nos números, os sentidos que têm o texto ou imagem registrados; porque os sentidos são contextualizados, eles não se mantêm na decomposição feita para a análise; apenas na recomposição para a discussão é que se pode retomar/atribuir um sentido, agora não do fragmento, mas do conjunto que deve refletir a união dos fragmentos, mediante uma metodologia. Assim, apesar do risco de resvalar na limitação apontada, essa abordagem permite observar, por meio da contagem - de sentidos, representações, objetos etc. - o que está dado em primeiro plano e o que se apresenta em outras camadas do material cinematográfico. Todas as camadas de uma obra podem ser notadas de alguma forma e estão atuantes na produção de sentidos junto ao espectador. Seja na presença ou na ausência, os elementos constituintes dos sentidos do material audiovisual são dados no contato com o próprio material. No presente trabalho decidiu-se por não lançar mão de tabelas de frequências, utilizando apenas o Quadro descritivo de texto visual e verbal, que corrobora o próximo passo.

Sobre a discussão de resultados, após os dados levantados por descrição e contagem – na análise de filme e na análise de conteúdo – pode-se buscar apreender com mais clareza as estruturas, dinâmicas e sentidos que permitam compreender o problema apresentado

---

<sup>62</sup> Ver Anexo B: Quadro descritivo de texto visual e verbal

<sup>63</sup> O Quadro Referencial de Codificação, que elenca os elementos narrativos básicos (ambiente de cena, descrição narrativa, explicação e resolução) foi inicialmente selecionado para ser a base da análise de cenas. Contudo, devido a seu potencial de aprofundamento na cena e diante do tempo de que se dispunha, seria um impeditivo para as análises que se pretendiam realizar. Com isso, o quadro foi removido da pesquisa, mas se apontou-se como interessante instrumento para uma detida descrição e análise de cena. A respeito desse ver (Rose, 2015, p. 353).

inicialmente, recorrendo às categorias conceituais sobre as quais já se discorreu. Nesse processo, outros métodos (por exemplo: método das citações ilustrativas e método comparativo por contrastes) contribuem para a organização e exposição de apontamentos com caráter conclusivo, porém não definitivo.

### 3.3. Minions, O filme

*Minions* (Coffin & Balda, 2015)<sup>64</sup> é uma animação computadorizada, de longa-metragem com 91 minutos de duração, colorido, em idioma original inglês, indicado com classificação livre e qualificado como comédia e fantasia. Trata-se de uma obra produzida nos Estados Unidos pela empresa *Illumination Entertainment* e distribuída pelo estúdio *Universal Pictures*. O lançamento no Brasil aconteceu em 25 de Junho de 2015, antes da estreia na América do Norte (EUA e Canadá) que ocorreu em 10 de Julho de 2015. O primeiro *trailer* oficial foi veiculado na internet e em outros meios publicitários no dia 4 de novembro de 2014. Essa antecedência de quase oito meses demarcam o tempo para a publicidade e o *marketing* prepararem o público para a recepção do filme (IMDb, 2017).

#### 3.3.1. Sinopse

Os *Minions* existiram desde o início dos tempos. Eles evoluíram de amarelos organismos unicelulares até seres complexos, e sempre tiveram um propósito de vida: servir o maior vilão que encontrassem. Após a morte do último vilão que serviram, sentiram-se perdidos, viram-se isolados e acabaram encontrando um lugar, uma caverna no Ártico, no qual puderam construir sua própria civilização. No início tudo ia bem, eles estavam felizes, mas com o passar do tempo ficaram deprimidos, sem ter um propósito para viver. Então, um *Minion*, Kevin, decidiu mudar a situação e salvar a tribo. Expôs a todos o seu plano de sair da caverna, a fim de encontrar um chefe para servir. Ele solicitou a ajuda de voluntários e, inusitadamente, Stuart e Bob juntaram-se a ele na arrojada missão. Isso aconteceu no final dos anos 1960. Os três aventureiros chegam à civilização humana, especificamente Nova York, nos EUA. Enquanto se ambientavam, acidentalmente encontram um canal secreto de televisão, que anuncia a “*Villain Com*”, uma importante convenção de vilões, em Orlando. Eles decidem ir e

---

<sup>64</sup> O filme foi dirigido pelo animador francês Pierre Coffin e Kyle Balda e contou com um elenco de grandes atores de Hollywood para interpretar as vozes das personagens (Sandra Bullock, Jon Hamm, Michael Keaton, Allison Janney, Steve Coogan, Jennifer Saunders, Pierre Coffin, Geoffrey Rush e Steve Carell).

procurar por um mestre. Por acaso, deparam-se com uma família de vilões a caminho de Orlando e pegam uma carona.

Na deslumbrante convenção, os Minions vão assistir à atração principal, Scarlet Overkill, a maior supervilã. Em sua apresentação motivadora, ela anuncia um concurso para contratar um novo capanga. Acidentalmente, Bob ganha o desafio e ela os leva para seu castelo. Kevin, no trajeto, telefona para a tribo, avisando que conseguira encontrar um chefe, chamando-os para virem à Inglaterra. A tribo inicia sua aventura, passando em vários lugares do mundo. Scarlet planeja conquistar o mundo, começando com a coroa da rainha Elizabeth da Inglaterra, seu sonho de infância. Manda que seus novos capangas roubem a coroa para ela. Herb, seu marido e gênio inventor, para ajudar na missão, dá-lhes *gadget* poderosos. Em meio a muitas confusões, eles conseguem pegar a coroa e, acidentalmente, Bob retira a espada Excalibur da rocha, cumprindo uma antiga lenda. Ele é proclamado rei, ganhando a coroa. Scarlet assiste essa coroação pela televisão e fica furiosa; sente-se traída e jura vingar-se dos desleais amarelos. Quando a veem, eles entregam a coroa a Scarlet, mas ela, armada e amarga, ainda quer que sejam punidos por sua traição. Ela os leva a um calabouço de tortura, nos porões do castelo palácio real. Herb tenta torturá-los, mas acabam brincando e se divertindo com os instrumentos. Os Minions fogem do calabouço e tentam retornar à sua chefe, para se retratarem. Conseguem encontrar Scarlet na sua cerimônia oficial de coroação, mas provocam um acidente, aparentemente mortal, que interrompe o evento. A tecnologia de seu belo traje a salva e ela os acusa de quererem matá-la. Então, ordena que todos os vilões presentes capturem os Minions e os tragam para ela. Eles conseguem fugir da multidão, mas Stuart e Bob acabam pegos. Kevin vai até o castelo de Scarlet para se armar, a fim de resgatar seus amigos amarelos. Acidentalmente, ele acaba sendo transformado em um Minion gigante, por uma das invenções de Herb. Nesse ínterim, a tribo chega à Inglaterra e se depara com Scarlet, que ameaça destruí-los. Gigante, Kevin consegue lutar contra Scarlet, que dispõem de armas, bombas e voa como um foguete. Ele a vence, explodindo-a com uma de suas próprias bombas.

Assim, Kevin salva a tribo de uma ameaça imediata, mas ainda resta a ameaça de sua extinção sem um mestre a servir, que é o propósito dos Minions. Tudo calmo, os três Minions heróis devolvem a coroa à rainha legítima e são homenageados com presentes e ovações. Nessa ocasião, Scarlet e Herb reaparecem na multidão e, novamente, roubam a coroa em um ato desesperado, como um prêmio de consolação por não terem conseguido o reino. Entretanto, sua fuga é impedida; eles são presos em um grande bloco de gelo, feito por um garoto (Gru) com uma arma de raio congelante. Ele toma a coroa à força das mãos de Scarlet e se dirige para ir

embora. Kevin assiste tudo, deslumbrado. Ele entende que este é o novo mestre, a quem devem servir. O garoto sai voando em seu veículo e a tribo, empolgada, corre em seu encaicho.

### 3.3.2. As dimensões de Minions: números e especificações

Apesar das críticas divididas entre os avaliadores de cinema e entre o público, o filme foi um sucesso de bilheteria. Ele arrecadou US\$336 milhões de dólares na América do Norte (EUA e Canadá) e US\$823 milhões de dólares no restante do mundo, perfazendo um total de mais de US\$1.1 bilhão de dólares de receita, frente ao orçamento estimado (despesas de produção e distribuição) em torno de US\$74 milhões de dólares. No fim de semana de estreia, em julho de 2015, nos Estados Unidos, o filme arrecadou cerca de US\$ 115.200.000. Atualmente, no mundo, é a segunda maior bilheteria no gênero de animação, a 11ª bilheteria da história do cinema e a quinta maior bilheteria de 2015, no mundo. No Brasil, teve público próximo a nove milhões de espectadores. Os personagens geraram ao estúdio, apenas no Brasil, 37 contratos de licenciamentos de produtos, além de diversas parcerias.

Minions já estava sendo esperado desde os primeiros anúncios de sua produção em 2013. Nos créditos finais de “Meu Malvado Favorito 2” (Renaud & Coffin, 2013) alguns Minions participam de um teste de elenco para o filme homônimo, sendo este o primeiro *teaser* oficial. Valem lembrar que ele é um *spin-off* e *prequel* de outro longa-metragem muito aclamado pelo público: a animação “Meu Malvado Favorito” (Renaud & Coffin, 2010), lançado em 2010 sob o título original “*Despicable Me*”<sup>65</sup>.

Os primeiros filmes da franquia – “Meu Malvado Favorito” (Renaud & Coffin, 2010) e “Meu Malvado Favorito 2” (Renaud & Coffin, 2013) –, arrecadaram juntos mais de US\$ 1.5 bilhão de dólares no mundo e este último teve duas indicações de Oscar: melhor filme de animação e melhor canção original por “*Happy*”, de Pharrel Williams (Williams, 2013). Em 2017 estreou o filme “Meu Malvado Favorito 3” e os produtores anunciaram o lançamento de uma sequência para o filme Minions, prevista para 2018 (G1, 2017; IMDb, 2017)<sup>66</sup>. Destaque-

---

<sup>65</sup> A cronologia desse universo é composta por: “Meu Malvado Favorito” (2010), “Meu Malvado Favorito 2” (2013), Trailer Oficial de “Os Minions” (2014), “Minions, O filme” (2015), “Meu Malvado Favorito 3” (2017). “Os Minions 2” é esperado para 2018.

<sup>66</sup> Outras fontes que corroboram essas informações: AdoroCinema (2017), CinePop (2016), Minions Site oficial (2016), Gazeta do Povo (2016), Veja-SP (2016), Clarín-Cine (2015), El-Periodico (2015), (On-IG, 2016), RottenTomatoes (2017).

se que tais dados expressam a força desses produtos no âmbito da Indústria Cultural, assim como seu potencial na determinação de modos de subjetivação.

Quanto ao Gênero, é qualificado como Animação, Comédia, Aventura, Fantasia, Família (IMDb, 2017). A faixa etária recomendada pelo Sistema de Classificação Indicativa Brasileiro (Brasil/Ministério de Justiça, 2012) é “Livre”<sup>67</sup> tanto para os sete curtas, quanto para o *trailer* e o longa-metragem. A recomendação estadunidense “*Parental Guidance Suggested*” (*Rated*), disponibilizada pela MPAA<sup>68</sup>, é PG (ação e humor grosso)<sup>69</sup> (IMDb, 2017; IGN, 2017).

Sobre a estrutura de roteiro de “Minions”, pode-se identificar o Paradigma dos Três Atos<sup>70</sup>: O primeiro ato (Apresentação) compreende a narração da origem dos Minions, seu propósito de vida e a missão empreendida pelo trio para salvar a tribo. No segundo ato (Confrontação), os Minions encontram a supervilã Scarlet Overkill para servir; querem agradá-la, cumprindo a missão que lhes foi atribuída, mas enfurecem-na e precisam desviar-se de sua vingança, lutar contra ela e vencê-la para sobreviver. No terceiro ato (Resolução), os Minions superam o desafio imediato derrotando Scarlet, são considerados heróis ao reestabelecer a ordem, devolvendo a coroa real à verdadeira rainha. A tribo está novamente reunida e, além disso, encontram um novo supervilão para acompanhar.

---

<sup>67</sup> Faixa etária recomendada “Livre” (até 10 anos): “São admitidos com essa classificação obras que contenham predominantemente conteúdos positivos e que não tragam elementos com inadequações passíveis de indicação para faixas etárias superiores a 10 anos. Nem sempre a ocorrência de cenas que remetem à violência são prejudiciais ao desenvolvimento psicológico da criança, como os elencados abaixo” (Brasil/Ministério de Justiça, 2012, p. 9): ‘Violência’: Violência fantasiosa; presença de armas sem violência; mortes sem violência; ossadas e esqueletos sem violência. ‘Sexo e Nudez’: Nudez não erótica. ‘Drogas’: Consumo moderado ou insinuado de drogas lícitas sem relevância para a obra. Para mais: <http://www.mj.gov.br/classificacao>

<sup>68</sup> MPAA (*Motion Picture Association of America*), é uma organização sem fins lucrativos, que busca defender os interesses dos estúdios cinematográficos americanos. Ela disponibiliza um guia de orientação aos pais sobre a classificação dos conteúdos exibidos nos meios de comunicação de massa. Esse guia versa sobre conteúdo sexual explícito, violência gráfica e linguajar inapropriado (palavrões) e seus diferentes graus (MPAA, 2017).

<sup>69</sup> “Orientação aos pais. Pode conter algum material que os pais poderiam não gostar para suas crianças pequenas”. (*Parents urged to give “parental guidance”. May contain some material parents might not like for their young children.*) (IGN, 2017).

<sup>70</sup> O “Paradigma dos Três Atos”, descrito por Syd Field, é amplamente utilizado para roteirização em cinema. De modo geral, todo filme é estruturado em três blocos, aproximadamente reservados em 25% iniciais para a Apresentação, cerca de 50% seguinte do filme para a Confrontação e os 25% finais da história para a Resolução. Assim, o primeiro ato consiste em apresentar as personagens e seus relacionamentos, os contextos e os elementos dramáticos da história. No segundo ato, o protagonista enfrenta desafios e conflitos no desenvolvimento da narrativa. O terceiro ato não diz respeito diretamente ao fim (que está incluído nessa seção), mas a uma solução dos conflitos. Estas frações são divididas por pontos de virada, isto é, acontecimentos que impactam e reorientam a trama em função do próximo ato (Feitosa, 2017; Mizanzuk, 2017).

### 3.3.3. Observações gerais sobre as personagens principais

Os Minions são seres diferentes de tudo que se conhece. Sua história, contada no início do filme, coloca-os em tempos pré-históricos, dos quais vêm evoluindo até os dias presentes. No entanto, ao acompanhar as aventuras dos Minions, observam-se as características antropomorfizadas (medos, desejos, aspirações, valores, humor, companheirismo etc.), atribuindo algo de humanidade a essa espécie não humana. A descrição feita pelo próprio estúdio (que concilia a posição do diretor e dos produtores) é humanizadora; eles são definidos como "subversivos, travessos, sinceros, expressivos e invencíveis" (G1, 2017). O espectador é levado a identificar-se com esses graciosos seres não humanos; compartilha com ele sua humanidade nesse reconhecimento. A comparação visual com os humanos aparece já no início, quando saem da água. Apesar de sua aparência arredondada, cor amarela, alguns com um olho apenas, muitas características físicas e comportamentais são reconhecidamente humanas. Mais adiante, uma aproximação mais explícita, ainda que indireta, verifica-se quando os três Minions estão no *shopping*, acomodados numa grande cama, comendo pipoca. Eles estão assistindo, pela televisão, a um programa de auditório em que aparecem representações deles nos participantes do programa; mais no final do filme, no ápice do segundo ato, no início da perseguição da horda da Scarlet, cada um deles passa através de um vitral da basílica, quebrando-o. As figuras dos clérigos no vitral caracterizam-nos como humanos e aproxima o espectador da perseguição que se segue.

Algumas características estabelecem indefinições, embora estas não prejudiquem a identificação do espectador com os personagens. Não é possível presumir idade, nem reconhecer um idioma específico; possuem em média 105 centímetros de altura (embora alguns sejam perceptivelmente mais baixos) e, além disso, todos os 899 Minions (que supostamente figuram no filme) são do sexo masculino. Uma curiosidade é sobre as vozes, gravadas pelo próprio diretor do filme: são todas diferentes, retomando uma individualidade. As vozes dos três principais foram pensadas para ajustarem-se à representação e à personalidade de cada um. Nota-se ainda algumas características singulares marcantes em alguns personagens, como a responsabilidade de Kevin, a infantilidade de Bob e o *sex appeal* de Stuart. Outro detalhe referencial é a semelhança atribuída entre os minions Kevin, Stuart e Bob e Margo, Edith e Agnes, as três meninas adotadas pelo vilão Gru, em 'Meu Malvado Favorito' (G1, 2017; IMDb, 2017).

Kevin, o mais alto, tem um tucho de cabelo em pé, no meio da cabeça. Ele tem o papel do irmão mais velho e assume a função de um líder dedicado, esperto e cuidadoso. Quer fazer

o bem e ser heroico. Está sempre atento ao bem-estar dos outros dois e mantém firme o dever de salvar seu povo. Age e fala como responsável, mas também, eventualmente, entra na gargalhada. Stuart tem um olho apenas, e tem mais cabelo, repartido no meio. Parece ser bonachão e relaxado, frequentemente distraído e entediado. Age e faz sons como um adolescente rebelde (até com um "nhé" de desprezo). Ele é músico/artista e carrega uma mochila com um ukulele rústico, aparentemente feito por ele mesmo. Ele o único tratado por alcova (Stu) e o único que evidencia uma sexualidade. Bob não tem cabelo, está sempre sorridente e tem íris de cores diferentes (uma verde e outra castanho claro). Ele é retratado como o irmão caçula; pode representar alguém inocente, afetuoso e pueril. É o menor deles, é inseparável de seu ursinho de pelúcia e se apega a animais durante a aventura. Sugere-se que seja uma criança (apesar de não se identificar idade em nenhum deles), o que inspira cuidados.

Scarlet Overkill é a primeira mulher supervilã. É casada com Herb, usa sempre um vestido vermelho e um corte de cabelo que exaltam sua feminilidade, modernidade, arrojo, independência. É dado a entender que ela se tornou uma vilã por necessidade de sobrevivência, devido ao abandono e às rejeições que sofrera quando criança. Por questões pessoais/subjetivas, quer roubar para si o reino da Inglaterra, representado pela coroa real, como forma de superar seus traumas infantis e obter respeito, admiração, amor e poder. Juntamente com Herb, seu marido e inventor de tecnologias mortais, quer governar sobre todos ou, simplesmente, estar acima de todos e provar seu valor. Os Minions tornam-se seus inimigos declarados quando, ao conseguirem a coroa real, representam a realização do seu sonho, agora frustrado e desencantado, porque foi ferida a idealização. Scarlet demonstra ser egocentrada, intransigente, vingativa, explosiva, dissimulada, determinada, inteligente, com um ar de superioridade e desdém.

Todos esses elementos e muitos outros fazem com que os Minions sejam, de diversos modos, carismáticos e agradáveis. Assim, facilita-se a identificação do público com os seres amarelos de fala incompreensível, talvez, até para querer ter um para si. Porém, mesmo incompreensíveis na fala, a intenção de sua comunicação é clara; o público se aproxima deles ao se abrir espaço para que os espectadores complementem, com suas próprias palavras, o que eles estão dizendo.

O que ainda se pode observar, de forma geral, sobre essa obra cinematográfica, é que Minions é um típico filme de animação de Hollywood, com atrações aparentemente inocentes para as crianças e detalhes cômicos para os adultos, nas várias camadas de significados exibidas. Ele une aventura e comédia como eixo central, mas também apresenta, abundantemente, o absurdo e a violência. Com pequenos absurdos, a comédia se torna *non-*

*sense* e ajuda a suavizar a violência: da aparência indefinida dos personagens a sua missão de vida; do idioma indefinido a seus óculos e monóculos (são de um aventureiro aviador ou mergulhador ou são como uma máscara de vilão?); de amarelos, como os clássicos táxis de Nova York, à alusão a bichos de estimação. Todas as tentativas de explicação requerem um esforço de aproximação com algo familiar, uma projeção dos elementos subjetivos do espectador, o que pode emprestar a esses personagens a afetividade/importância que têm os objetos representados ou projeções realizadas. Embarcar na história e identificar-se com os personagens fica, assim, facilitado ou mesmo garantido.

O filme não traz claramente a perspectiva do bem contra o mal, porque tudo se passa apenas do ponto de vista dos vilões que, aparentemente, buscam sucesso em suas carreiras ou modos de sobrevivência. Isto é, não representa a clássica luta do mocinho que se esforça para vencer a maldade e a destruição do vilão. Ele evoca a sensibilidade do espectador e mostra a humanidade dessa classe, sempre rechaçada. Vê-se apenas um mundo de vilões, como que paralelo ao mundo das outras pessoas.

Do espectador também se empresta um certo julgamento simples, pelas identificações realizadas, atribuindo bondade e simpatia aos Minions e maldade a Scarlet, embora se possa tentar justificar as atitudes de vilã de Scarlet que teve uma infância difícil. Ela foi emocionalmente ferida e ficou amarga e má porque não foi amada, mas abandonada, maltratada e rejeitada quando criança. Além disso, o que ela busca é sucesso, bens, poder, o que é positivamente valorizado na sociedade capitalista. Mesmo que ela se pautar na justificação dos meios pelos fins, tal valor de conduta não é exatamente condenável nessa sociedade, se utilizarem-se as técnicas e as justificativas certas. Scarlet tem vários sonhos e realizações idealizadas. A vingança está misturada a tudo e parece ser um motivador essencial de sua ambição. Desde que, nesse jogo, ela perca no final, é aceitável a construção dessa personagem, tão próxima da realidade potencialmente comum à maioria dos espectadores.

Para os Minions, aparentemente, não há o bem e o mal como referências coletivas. O bem e o mal se relativizam conforme seu modo de vida, o que os leva a servirem alguém que eles admiram e que os diverte. A história que se acompanha é de superação de obstáculos, de esforço e de dedicação no trabalho, de aparente cuidado e lealdade para com os companheiros, compromisso com objetivos, cumprimento de um propósito de vida etc. Eles não são motivados pela vingança ou crueldades apesar de buscarem um vilão para servir, o que se espera seja, de algum modo, cruel. No entanto, entre eles, batem, caçoam e pregam peças, como se fossem irmãos com algumas brincadeiras agressivas; por não se mostrar consequência nenhuma, parecem não ter qualquer dificuldade de se divertir.

De modo geral, o único crime apresentado no filme é o furto<sup>71</sup>, que parece ser um problema menor, posto que não há consequências evidentes imediatas, mas sim a satisfação egoica de realizar e o acúmulo, fruto das subtrações operadas. Outros atos violentos passam despercebidos, como agredir física e verbalmente, explodir ou ameaçar de morte, portar armas, torturar, ridicularizar etc. Roubar o que se quer é um caminho para se chegar onde se pretende. Por outro lado, é desejável ter companheiros (capangas) para as missões difíceis; isso presta um serviço à humanização, porque é bom não viver na solidão. Do mesmo modo, é positiva a atitude de batalhar para conquistar os sonhos ou lutar para cuidar e proteger a família (tribo).

O Narrador (denominado no cinema de *voz-off*) aparece na abertura e no fechamento do filme. Ele inicia contando a história dos Minions e finaliza indicando a continuidade da história e um final feliz. A função de um narrador é de falar diretamente ao espectador, emprestando ou acelerando um envolvimento com os personagens; o efeito disso é a aproximação entre espectador e personagens e sua aderência à narrativa. É uma técnica criticada por ser simplista, mas bastante utilizada por sua eficiência e economia.

Curiosamente, mesmo depois de séculos isolados numa caverna do Ártico Polar, os Minions, ao regressarem à civilização, no final do anos 1960, comportam-se com algum deslumbre, mas com bastante naturalidade; agem como se fosse natural usar uma escada rolante, sintonizar uma televisão, sentar à frente do aparelho, com um balde de pipoca, escolher um programa e prestar atenção à atração, como se fossem uma família em seu tempo de lazer. Quando a televisão perde a sintonia: o que fazer? Obviamente deve-se mexer nas antenas e reposicioná-las, utilizando-se até outros instrumentos (guarda-chuva, batedeira) para melhorar a recepção das ondas de transmissão. Como se fosse óbvio, os que sintonizam também sabem que não deve se mexer, para não perder a recepção das ondas. Esse repertório faz sentido para quem viveu à época e, possivelmente até os anos 1980. Não fazem referência a experiências do público infantil a quem o filme alcança. Supõe-se, então, que é um momento construído para a diversão dos adultos e, além disso, expõe-se a naturalidade para com a tecnologia e as outras construções sociais, naturalizadas por parecerem existir desde sempre. Outro ponto que toca à tecnologia é observado nos aparatos e invenções dos vilões; eles têm tecnologia extremamente avançada, inovadora e criativa. Isso é bastante instigante e atrativo. Mas a tecnologia não é “do mal”, porque pode ser usada para fazer coisas boas, como salvar a tribo; ou seja, ela está a

---

<sup>71</sup> O crime de furto, no Código Penal Brasileiro, é um crime contra o patrimônio. É definido no artigo 155 como subtrair, para si ou para outrem, coisa alheia móvel, sem violência ou grave ameaça. O roubo se difere nesse quesito, pois é praticado mediante grave violência ou ameaça, conforme o disposto no artigo 157 do Código Penal Brasileiro (Ferreira, 2004; Jusbrasil, 2017).

serviço de quem a possui, para se fazer o que se quiser. O outro lado, os policiais, são retratados como antiquados, reativos ou inativos, inarticulados, tradicionais (tradição do “chá das cinco” e das vestimentas da guarda), em suma, são figurantes que cumprem o papel do alívio cômico.

### 3.4. Análise de cenas e categorias

Um dos elementos relevantes a ser apontado na análise que se procede é o narcisismo na composição da personagem Scarlet, a vilã principal do filme. O valor desse recorte está na importância dessa personagem para a trama, em seu “tempo de tela”, em suas falas que soam familiares e naturais, na identificação que se promove com essa figura etc. Em linhas gerais, Scarlet Overkill é apresentada como mulher bem-sucedida, admirada, bela, “chique”, rica, famosa, uma referência para a comunidade de vilões e inspiração para as futuras gerações. Isso é indicado desde as primeiras menções sobre ela.

Em um breve momento em meio à viagem à Expo Vilão, Tina Nelson apresenta para Kevin os vilões, a partir da publicação de seus perfis na Edição Especial da Revista “*Villain-Con Internacional*”. Segue a descrição da cena conforme o Quadro descritivo de texto visual e verbal e os Códigos dos ângulos de câmera<sup>72</sup>.

#### Quadro 1

#### Quadro descritivo de texto visual e verbal da Cena: Tina Nelson conta a Kevin a história de Scarlet Overkill

Dimensão visual	Dimensão verbal
(MCU) Tina Nelson e Kevin estão sentados lado a lado no banco de trás do carro. Estão folheando a Revista “ <i>Villain-Con Internacional</i> ”. Ela faz rápidos comentários de cada vilão das fotos.	
Numa foto de Scarlet, ela conta empolgadamente uma breve história da supervilã.	– Essa é Scarlet Overkill, a supervilã mais chique do mundo. No começo era uma garotinha normal, de aparelho e maria-chiquinha. Mas, aos 13 anos de idade, ela já tinha construído seu império do crime. Se eu fosse um Minion, eu ia querer trabalhar para ela.
(PCU) Kevin com a revista no colo. Na página seguinte, há um pôster do centro da revista (três páginas), com a foto da Scarlet em pose imponente e charmosa. Kevin muda a posição da revista para abrir o grande pôster.	
Kevin, reage impressionado (demonstrado em suas expressões faciais)	

<sup>72</sup> Anexo B.

Após a disputa pelo cargo de capanga ser vencida pelos Minions, eles são levados para um castelo “*Hi-Tech*” de Scarlet, na Inglaterra. Isso já demonstra sua referência à rainha da Inglaterra e rivalidade com ela. Scarlet expõe a seus novos capangas seu objetivo (e maior sonho da sua vida): ser coroada rainha da Inglaterra, com toda pompa e circunstância. A missão do trio de Minions é efetuar o furto da coroa real; eles não têm um plano a executar, apenas um alvo a alcançar; não importa o meio para obter o resultado, tampouco importa à mandatária as possíveis consequências desse ato, desde que consiga a coroa.

Scarlet é vista como superior e ela mesma se porta como tal, como alguém que está acima de consequências, como quem pode eliminar quem falha com ela, usar quem precisar, ser o centro das atenções. Assim, ela declara seu interesse de uso para os Minions e seu descarte previsto se não lhe servirem. São como objetos que se prestam à realização da tarefa e do sonho de Scarlet. Não há outro com quem se relaciona pessoalmente, mas apenas ferramentas para seu usufruto, baseadas numa referência narcísica, autocentrada.

O narcisismo é atraente; demonstra segurança, força, obstinação, superioridade, poder, êxito, sensualidade. Scarlet tem sonhos ambiciosos e não mede esforços para alcançá-los. Ela se torna uma pessoa admirável e modelo a ser seguido, como demonstram os demais vilões, seus fãs. Mesmo sendo respeitada no seu mundo de vilões, para ela serve apenas a coroa para ser quem imaginou, sonhou ser; é a coroa a condição para ser satisfeita.

Os minions se prestam a esse papel por suas próprias razões. Eles têm um propósito de vida quando servem (amam) um mestre (“o maior vilão que encontrarem”); completam-se idealmente no narcisismo do seu mestre. Um indivíduo pode amar conforme o tipo narcisista de escolha objetal: ama o que foi e não é mais, ou ama o que detém a característica excelente (o ideal) que nunca teve, isto é, quem “possui a excelência que falta no ego para torná-lo ideal é amado” (Freud, 1914/2010a, p. 107). Os Minions buscam um objeto amoroso (supervilão: ideal do ego); buscam uma satisfação narcísica ao servir um vilão que admiram, idealizam. Tão logo o líder desapareça ou morra, a tribo apenas segue na busca de outro, sem expressão de apego ou perda (é mostrado que os grandes malvados a quem os Minions seguiam sempre morriam por alguma ação acidental ou inadvertida desses mesmos seguidores).

Vale ressaltar que a denominação utilizada, diversas vezes citada, a quem os Minions procuram seguir é “o maior vilão que encontrarem”, não o mais malvado vilão. O que buscam é trabalhar para o empreendedor ou agente (que, por acaso, faz crimes, maldades e crueldades) que tem o status de ser maior em sua área, alguém de sucesso, que tem reconhecido destaque em sua atividade profissional, independentemente da “área de atuação” ou ética nos negócios.

O narcisista causa um efeito encantador nos que buscam um objeto de amor (Freud, 1914/2010a). Em dois momentos de exposição da figura de Scarlet (o discurso na Expo Vilão e na preparação para sua coroação), de modo inesperado e engraçado, um fã de Scarlet (de bigode espesso) e sua família aparecem em meio ao público de *cosplay* (penteados e vestidos vermelho tomara que caia) gritando “Sou louco por você, Scarlet”. Esse fragmento demonstra a fetichização das celebridades e o personalismo que proporciona a identificação do fã com seu ídolo.

Para garantir que eles se empenharão na missão, Scarlet trata-os com carinho e atenção. Nessa sequência, cheia de detalhes engraçados, tipo comédia pastelão, ela os prepara para dormir. Essa cena poderia ser assemelhada com a de uma mãe cuidando de seus filhos, contando uma história para dormir. Aqui se aponta uma confusão de papéis, proposital para a manipulação, porque eram seus capangas/subordinados, não seus filhos; na sequência há uma quebra de expectativa (*plot-twist*) e se rerepresenta a situação da manipulação mais abertamente. Além de mostrar o poder de persuasão e a crueldade, evidencia-se a importância de manipular para obter o que se quer.

Na “história para dormir”, a partir da frase ‘Era uma vez...’, a estética do filme muda para um aspecto mais infantilizado, com traços mais grosseiros e imprecisos, aparentando um desenho feito por uma criança. A descrição do texto visual e verbal dessa sequência seria a seguinte:

## Quadro 2

### **Quadro descritivo de texto visual e verbal da Cena: Scarlet conta uma história para dormir aos Minions**

<b>Dimensão visual</b>	<b>Dimensão verbal</b>
(WA) Os três Minions, bastantes animados, estão confortavelmente deitados em uma grande cama. Bob insiste em uma história para dormir.	
(MCU) Scarlet cobre-os com um lençol. (É uma cena familiar).	
(MW) Ela senta-se na beirada da cama e, condescendente, aceita contar uma história. Ela começa com leveza:	– Era uma vez, três porquinhos.
(WA) Corta para um caminho na floresta com três porquinhos.	

Muda para estética de *stop-motion* com bonecos de modelar<sup>73</sup>.

(MCU) Eles misturam algumas características de identidade dos Minions (amarelos e arredondados, com orelhas e focinho de porco).

A Loba surge no caminho e encontra-os na floresta. (Ela é a representação da Scarlet, com seu corte de cabelo e vestido vermelho)

(Voz-off) Scarlet faz a narração.

As Personagens, logo em seguida vão para dentro de um castelo.

(WA) A Loba má está ao lado de um *flipchart* e tem uma batuta.

(MW) Os três porquinhos estão sentados diante do quadro branco, atentos e sorridentes.

(PCU/CU) Ela ilustra sua narrativa com desenhos no quadro: coroa, loba criança, crianças apontando para ela, loba princesa, coroação, demonstrações de afeto.

(PCU) Muda a expressão e a entonação da voz, transparecendo sua ira.

(CU) No *flipchart*, os porquinhos são presos.

(MCU) Enquadramento nos três sentados.

(MCU/WA) Enquanto ela fala, objetos cada vez maiores e mais pesados (piano, bigorna gigante, navio) caem sobre os três porquinhos, soterrando-os.

(MCU) A Loba suspira, desfaz a expressão facial de raiva e suaviza a voz.

(WA) Corta para a cama com os Minions.

(PCU) Bob está dormindo, com um leve sorriso satisfeito, enquanto os outros dois (PCU) estão abraçados, tremendo de medo, olhos arregalados, (MCU) fitando Scarlet aterrorizados.

(MW) Ela se levanta calmamente e, com um sorriso afável, se dirige à porta, faz uma pausa e diz. Depois deixa o quarto.

– Certo dia, encontraram uma enorme loba má que tinha uma ótima proposta.

– Ela convidou os três porquinhos e todos os seus amigos para trabalharem para ela. Assim, todos seriam muito felizes...

– Eles só tinham que roubar uma coroa, que a linda loba queria, desde que era uma pobre filhotinha... sem-teto... mal-amada [legenda<sup>74</sup>: desprezada] e abandonada. Mas aquela coroa a tornaria uma princesa, e todos adoram uma princesa. Por isso a loba mandou-os buscarem a coroa.

– Mas os porquinhos fizeram uma grande burrada. Eles não cumpriram a missão. [legenda: não estavam à altura do desafio e falharam].

– E a loba bufou... e soprou... e apagou os três da face da terra.

– Fim.

– Boa sorte com a coroa amanhã, porquinhos... Não vão me decepcionar, né? (Legenda: Sei que não me decepcionarão).

O espectador é transportado a um lugar diferente, uma fantasia leve e inocente; mostra-se uma floresta e depois um castelo, estereótipos de ambientes das histórias de fantasia. Os

<sup>73</sup> Nesta cena remete-se ao uso da técnica de *stop-motion* com bonecos de modelar, mas vale lembrar que esse filme é totalmente realizado em computação gráfica; por isso, é de se supor que a aparência de bonecos de modelar seja uma reprodução digital, uma simulação, não a realização efetiva da técnica de *stop-motion*.

<sup>74</sup> Há divergências nas palavras usadas na dublagem em português e na legenda em português, sobre o áudio original em inglês. Onde essa diferença foi potencialmente significativa para indicar sentidos ou sentimentos distintos, optou-se por apresentar ambas as frases, sendo a dublagem a referência principal, porque, presumivelmente, foi a versão mais assistida no Brasil – não foram encontrados dados sobre as diferenças de audiência por categoria.

detalhes das personagens prestam-se à identidade, alinhando as figuras dessa história de fantasia com as do filme. A parte é tomada pelo todo; logo, tudo o que acontece na história para dormir, é uma alusão ao que aconteceria fora da história, no curso da narrativa. O que impediria de ser uma referência para os espectadores, de fora do filme? Scarlet, como a narradora da história, fala diretamente aos espectadores, por meio desse recurso chamado *voz-off*. Agora não se trata apenas do trio amarelo, mas também de quem assiste ao filme. Nesse momento, o espectador pode fortalecer seus laços de identificação com os Minions e seguir a jornada com eles, nivelados a eles. Ela conta a historietta que começa bem, mas muda o tom e tem um desfecho ameaçador. Na cena seguinte, após a história, retorna o trio deitado na cama e o alívio cômico fica por conta das duas reações antagônicas: Bob dormindo satisfeito com a “história para dormir” e os outros dois amedrontados pelo final da história, aludindo ao que os espera se falharem.

A ameaça feita acerca da falha na missão de roubar a coroa expõe a presença da violência como materialidade da barbárie, que se reproduz ao empreender ações com vistas a um objetivo, sejam quais forem os meios e os custos. O líder narcísico impõe objetivos e punições a seus seguidores, já cativados por seus encantos, como um direito que tenha sobre eles (Freud, 1921/2011). A barbárie tende ao aniquilamento do outro, a negação da alteridade; destitui o outro de suas condições humanas e prejudica a identificação mimética com ele. Assim, o indivíduo é levado a realizar o ideal do ego sobrepujando o outro e utilizando-o como meio para seus fins. Toda pessoa sensível à alteridade inclina-se ao oprimido, sensibiliza-se com quem sofre. O narcisista está sensível apenas a si mesmo e se mantém insensível ao outro. Essas informações podem não ser assimiladas racionalmente pelos espectadores, levados a não se distraírem na continuidade da narrativa.

O vilanismo de Scarlet (sua ambição, crueldade, ressentimento, vingança, busca de poder etc.) poderia ser justificado pelo abandono e sofrimento na infância. A breve apresentação de sua história pregressa supõe uma origem de seu ressentimento e crueldade. Sendo abandonada e desprezada, ridicularizada e rejeitada, ela quer vingar-se, mostrar-se superior. Sua fantasia (o ideal do ego) é que, em sendo princesa, todos vão amá-la e, talvez, ela também possa amar-se. Conhecer a história, ao mesmo tempo que humaniza a vilã, dando-lhe uma justificação por suas ações presentes, também suaviza a maldade que ela demonstra, porque há razões para ser como é. A violência só parece má quando afeta os anti-heróis com os quais os espectadores estão identificados. Isso permite torcer, posicionar-se junto aos que sofrem, que eventualmente também poderão fazer uso da violência para se defender.

Scarlet, enquanto busca satisfazer às exigências do ego idealizado (narcisismo), reproduz a barbárie como resposta pela violência sofrida. O nome<sup>75</sup> escolhido para a personagem (Scarlet Overkill) simboliza sua condição: Scarlet, do inglês “*scar let*”, que poderia remeter a ideia de “deixar cicatriz” ou simplesmente “*scar*”, cicatriz. Sua breve história demonstra sua “cicatriz existencial”, que busca ser compensada por algo de grande valor, a coroa. Isso promoveria uma identificação com os espectadores, por meio de seus próprios sofrimentos e buscas, além da atenuação de um julgamento desses sobre suas maldades. Seu sobrenome, “Overkill”, poderia ser algo como “supermatança”, “supermatadora/assassina” ou simplesmente “exagerada”. Isso remete a seu narcisismo e seu modo de agir e interpretar sua vida indique, talvez, o modo como construiu seu “império do mal” mencionado. As atitudes e expressões da personagem formam um todo consistente a ponto de se atribuir-lhe uma identidade. Isso estabelece parâmetros positivos e negativos para a identificação dos espectadores com a narrativa e suas personagens.

Uma função do ideal de ego seria, ao ser atendido, proporcionar uma satisfação narcísica, uma espécie de realização consigo mesmo. Ao mesmo tempo, na busca que imprime, o ideal de ego pressiona o ego para ter ou ser o ideal. A idealização e a busca de satisfação narcísica teriam auxiliado em sua sobrevivência por meio da crueldade, por fazer crescer seu império do crime. A maldade pode ser bem útil e, até mesmo, divertida; talvez nem seja tão distante de seu contrário, a bondade, porque tudo seria circunstancial ou relativo. A vingança ou a destruição do opositor é algo aceitável nessa fantasia onipotente e sensível a frustrações. Tudo poderia promover a assimilação sutil e a naturalização desse modelo de comportamento.

O narcisista, apegado à autopreservação e à idealização, é sensível a tudo que o diminua e afasta com hostilidade e violência o que ameaça a realização de seu ideal de ego. Com isso, Scarlet responde à coroação de Bob como a uma traição, como uma repetição do que teve na infância, mas ainda mais acentuado por se tratar de seu sonho, como se tivessem impedido seu sonho que é de realização e, ao mesmo tempo, de vingança. Isso pode ser visto na cena em que, após ter a surpresa da coroação de Bob, furiosa, ela vai confrontá-los.

---

<sup>75</sup> O nome da personagem pode representar alguma característica, primária ou secundária, importante para a trama ou o contexto. O personagem é “batizado” e rebatizado conforme se desenvolve a construção da narrativa pelo seu criador. Assim, o nome é arquitetado racionalmente dentro do efeito ou objetivo pretendido (Mizanzuk, 2017).

## Quadro 3

**Quadro descritivo de texto visual e verbal da Cena: Scarlet sente-se traída e confronta os Minions**

Dimensão visual	Dimensão verbal
(MCU) Scarlet está assistindo televisão quando (CU) vê no noticiário a coroação de Bob.	– Seus traidores amarelos. Isso não vai ficar assim. Esse sonho é meu.
(CU) Ela fica surpresa e indignada. Diz:	
(MW) Imediatamente, com uma expressão colérica, entra em seu jato e voa.	
(WA) Abruptamente, Scarlet e Herb, empunhando uma arma de lava, entram numa sala do castelo onde se encontram os Minions divertindo-se. (PCU) Eles se assustam.	
(CU) Ela aponta a arma de lava para os olhos de Kevin e (CU) diz furiosa (expressão facial e entonação da voz).	– Usaram as invenções do Herb para roubar a coroa. Vocês roubaram o meu sonho.
(MCU) De repente, mudando para uma expressão sonhadora, olhando para o horizonte e suavizando a voz.	– Eu conquistaria a Inglaterra um dia. Haveria a coroação e eu me tornaria rainha. Cada momento foi planejado.
(WA) Ela rodopia como numa dança e se lança nos braços de Herb.	– Eu usaria um vestido tão cintilante que teria luz própria. E todos que duvidaram de mim estariam assistindo e morrendo de inveja...
(MCU) Dirigindo-se novamente aos Minions, gritando e movimentando energicamente as mãos	– Eu seria a imagem da elegância e da classe!
(PCU) Novamente pega a arma de lava, se aproxima de Kevin e (CU) aponta em seus olhos.	– Mas vocês, seus patetas, estragaram tudo!
(CU) Kevin olha assustado para a arma.	– <i>Crona, crona, pa tu.</i>
(MCU) Rapidamente pega a coroa que está na cabeça de Bob, ao seu lado. Estende os braços, oferecendo-a a Scarlet e diz:	

Como já mencionado antes, o grupo que segue um líder narcisista pode deixar-se envolver pelos planos do líder, a ponto de se tornarem os seus. Assim, o ideal do líder e a submissão do grupo se mantêm intocados. Os indivíduos são afastados das possibilidades de autonomia. Ligados ao líder por sua escolha narcísica de objeto amoroso, sua realização está na realização narcísica do líder. Suavizado pela comédia, está dado e naturalizado um modelo de comportamento que seria apenas transitório no desenvolvimento da psique humana.

Outro exemplo da idealização infantil que se pretende realizar narcisicamente quando adulto. O ideal do ego eleva as exigências para o ego e impõe condições para a satisfação (Freud, 1914/2010a). Nessa cena também se nota a sensibilidade à frustração, quando o ideal não se realiza, e da reação hostil exagerada em resposta. O ideal de ego precisa ser atendido em seus detalhes e as pessoas que cercam o narcisista, como que naturalmente, servem para sua realização.

## Quadro 4

**Quadro descritivo de texto visual e verbal da Cena: Scarlet se prepara para a coroação**

Dimensão visual	Dimensão verbal
(WA) Scarlet está em um grande cômodo do castelo, luxuosamente decorado. (MCU) Ela está em pé num pequeno tablado, em frente a um grande espelho. Ela se prepara para a cerimônia de coroação que tanto espera. (WA) Atrás dela está o cabeleireiro, Fabrice <sup>76</sup> , dando retoques em seu penteado.	
(PCU) Olhando-se no grande espelho, ela diz como se pensasse em voz alta.	– Faltam poucas horas para eu me tornar a rainha da Inglaterra. Finalmente terei a coroa. Tudo que sempre quis. Me sinto tão realizada (Legenda: Serei muito feliz)
(MCU) Fabrice apenas ri, condescendentemente, enquanto continua seu trabalho. (WA) Ela diz tranquila e diretamente a ele. (CU) <i>Close</i> no desenho.	– Mas, deixe-me perguntar uma coisa, Fabrice: será que isso aqui (apontando para seu cabelo com franja lisa) está igual a esse aqui, ó (apontando para um desenho infantil que entrega a ele).
(PCU) Fabrice ri, pega o desenho, olha calmamente e diz:	– Ah, Sra. Overkill, o cabelo do desenho... são só duas linhas onduladas
(MCU) Debochadamente, Scarlet retruca:	– Agora virou crítico de arte?
(PCU) Imediatamente, assume uma expressão furiosa e grita:	– Eu só tinha cinco anos quando desenhei isso!
(WA) Enquanto ela olha fixamente para Fabrice, lançadores de foguete de lava surgem do vestido de Scarlet, um em cada lado. Ela grita:	– Saia da minha frente!
(AMB) Corta a cena para uma visão externa panorâmica do palácio. Ocorre uma explosão na janela e surge Fabrice, voando, vindo em direção à câmera, como se tivesse sido lançado como um foguete.	
(WA) Corta novamente para o quarto, agora enfumaçado, com um rombo na parede. Herb entra, aproxima-se do buraco na parede e faz um comentário irônico sobre a ausência repentina de Fabrice.	– Agora que eu estava me acostumando com ele.

O discurso de Scarlet Overkill na Expo Vilão, por ocasião do recrutamento de um novo capanga, também ilustra o narcisismo da personagem e os valores que inflamam os vilões ali presentes, também narcisistas.

<sup>76</sup> Fabrice é um cabeleireiro representado pelo estereótipo de gay: camisa rosa amarrada na altura da barriga, cabelo grande amarrado em um rabo de cavalo, estilo feminino de óculos, trejeitos com as mãos, pose, andar, jeito de falar, mas mantendo uma voz grave.

## Quadro 5

**Quadro descritivo de texto visual e verbal da Cena: Discurso de Scarlet Overkill no Expo-Vilão**

Dimensão visual	Dimensão verbal
(AMB) O auditório está cheio e vibrante. O ambiente tem uma iluminação avermelhada.	
(WA) Uma sombra é projetada em um anteparo e cresce gradualmente.	
Ainda sem aparecer, Scarlet diz:	– Ah! Não é bom demais ser do mal?
(AMB) O público vibra e a ovacionam.	– Scarlet! Scarlet! Scarlet!
(WA) Ela rompe o aparato e surge voando em uma espécie de vestido-jato. Ela faz manobras diante da plateia e pousa suavemente no palco. O jato é recolhido e se torna seu vestido vermelho.	
(WA/MCU) O público ainda vibra com sua entrada empolgante, mas ela exige silêncio gesticulando com as mãos. Começa seu discurso:	– Quando comecei, diziam que nunca roubaria um banco como um homem. Só que não (legenda: Os tempos mudam).
(WA) Ocorre uma situação cômica com alguém da plateia. Fã de <i>cosplay</i> chama a atenção.	
(MCU) Ela continua.	– Vejam todos esses rostos aí. Somos muito diferentes. Mas temos algo em comum.
(WA) Ocorre outra situação cômica com alguém da plateia. Um vilão mutante diz algo engraçado e embaraçoso.	
(PCU) Ela retoma e diz, em postura imponente, com punhos fechados e voz firme.	– Os nossos sonhos são grandes. E faremos de tudo para conseguir realizá-los.
(MCU) Em seguida, retorna para uma postura mais delicada e jovial.	– Alguém de vocês já sonhou... em trabalhar para a maior supervilã de todos os tempos?
	(Aplausos)
(PCU/MCU)	– Bem... E se eu lhes dissesse... que eu estou procurando novos capangas? Eu acredito que em algum lugar aí tem um vilão com potencial para servir a grandeza. E pode ser um de vocês.
(CU) Ocorre uma situação cômica: um sonho acordado de Kevin <sup>77</sup> .	
(MCU / CU / MW) Sequência de imagens	– Como devemos fazer isso? Ah! Estão vendo esta pedrinha aqui? (Ela mostra um grande e brilhante rubi vermelho). Quem pegar da minha mão tem o emprego.
(MW) Ela os incentiva e provoca.	– Não é nada demais, é bem simples. Ah, Ande! Não tenha medo. Pegue a pedra e o emprego é seu. Vamos lá.

<sup>77</sup> Esse fragmento parece a continuação da cena, mas dá mostras de que algo mudou, que não é uma sequência imediata. Acendem corações vermelhos atrás de Scarlet e ela continua dizendo: “Mas não quero iludir vocês. Os únicos capacitados para esse trabalho são Kevin e os Minions. (aponta para eles). O triplo da maldade em tamanho mini. Estou boba! Palmas para o Kevin. Ele salvou a tribo dele. (Uma luz brilhante acende atrás de Scarlet, a tribo aparece no palco, gritando, “Kevin, Kevin”). Corta para Kevin com olhar perdido, sonhando acordado. Stuart dá um tapa na cabeça de Kevin que o olha assustado. Stuart aponta para Scarlet e diz algo como preste atenção.

(WA/TR) Alguns começam a ir ao palco. Há uma grande confusão com lutas e elementos engraçados. No final, forma-se uma montanha de pessoas. De repente, a montanha explode, sobrando apenas Scarlet, em pé.

(MCU) Ela bate o pó do vestido e provoca a plateia. – Ninguém conseguiu? Ninguém quer trabalhar para a maior supervilã do mundo?

(PCU/CU) Ela vê, surpresa, que segura um ursinho de pelúcia.

(PCU/CU) Olha para o lado e vê Bob e os outros dois.

(PCU/MCU) Ele tosse e regurgita o rubi. Os outros dois olham espantados para ele.

(MCU) Ela fica admirada com o desfecho. – Quem são vocês, estranhas criaturinhas amarelas?

(MW/WA) Então, anuncia seus novos capangas. – O emprego é de vocês, vocês são meus novos capangas. Vamos, temos muito o que fazer.

A cena culmina na vitória acidental de Bob, que confere aos Minions o *status* de novos capangas de Scarlet Overkill. O acaso e o absurdo são harmonicamente apresentados com o esforço e a realização, a tensão e a luta, as motivações e os valores. A competente composição dessa célula de ação<sup>78</sup>, assim como as demais, promove a apreensão e assimilação dos conteúdos, atentos para não perder detalhes. Os desafios que se interpõem à realização da missão e precisam ser superados remetem ao ambiente de jogos eletrônicos, tão popularizados, disponíveis tanto ao público infantil quanto ao adulto. O alívio cômico em meio ao discurso suaviza a introdução de Scarlet. Apesar de ela ser uma figura seria e exigir respeito, ela propõe um jogo, uma luta por um objetivo. Esse riso em meio a ação serve à suavização também de seus propósitos. Tudo se torna uma brincadeira; em momentos os personagens se deparam com os riscos e perigos, atenuados pelo risos e absurdo. O espectador, soado, fica atento e absorto em seu entretenimento.

Com uma personagem em especial, os Minions demonstram uma atitude diferente. Depois de superarem enormes guardas, chegam à sala da coroa real. Parecem próximos de cumprir sua missão, mas se deparam com um guardião vestido com as engraçadas roupas de pompa do guarda do castelo, claramente um idoso, com grande dificuldade de visão e

<sup>78</sup> Célula de ação é uma sequência de movimentos de roteiro que formam uma unidade de cena. Ela se divide em três partes: 1) a ação (um evento de introdução à cena e seu conteúdo), 2) os detalhes curiosos (que ampliam o evento inicial e acrescentam informações sobre os personagens, a trama, o contexto etc.) e 3) o *punch line* e a reflexão (no desdobramento dos detalhes há um golpe final da cena, como um fechamento da cena, resolvendo ou sustentando sua tensão, sendo seguido imediatamente por uma lição aprendida ou conclusão provisória que poderá ser retomada em futuras células de ação). O desfecho da cena apresentado no *punch line* é o que geralmente qualifica a cena como boa ou ruim. Um filme é composto de um encadeamento lógico de células de ação. (Feitosa, 2017; Mizanzuk, 2017).

locomoção. A cena remete a um senhor lidando com crianças. Estas zombam do velho com suas dificuldades e duvidam de sua capacidade de proteger a coroa; ele os agride com sua bengala, como se fosse algum tipo de luta de artes marciais. Os Minions ficam surpresos e assustados. Tudo bem cômico e em ritmo de ação. O duelo é interrompido quando se abre o piso sob a vitrine que abriga a coroa; ela some nesse vão e, pouco antes do alçapão se fechar, os Minions pulam nesse desconhecido buraco.

Novamente se estabelece uma oposição do velho e do novo. Entretanto, a violência sutil entre as crianças e o velho é uma escolha curiosa. Tanto as troças provocativas quanto as bengaladas compõem uma curta cena de ação e comédia, passando despercebidas as associações sugeridas: as crianças que gozam, desrespeitam e se intimidam com o irritadiço idoso; o adulto que se impõe agressivamente: uma autoridade pela força; a fustigação física como coisa ultrapassadas, dos antigos; as incapacidades e as senilidades que são risíveis; os *gadgets* (armas) tecnológicos que não afetam/alcançam o velho.

Freud, já mencionado, concebe o funcionamento básico do ser humano direcionado ao prazer e à satisfação e a evitar o desprazer e privação (princípio do prazer). Quando a satisfação de instintos e necessidades é ameaçada, dá-se uma reação própria da situação de frustração, observando-se, assim, comportamentos de hostilidade e ódio. Aqui, a satisfação seria alcançada na realização do ideal narcísico: para os Minions, fazer Scarlet feliz; para o guardião, cumprir sua missão de vida, preservar a coroa intacta.

As relações humanas são constituídas de agressividade, sublimada ou recalcada. Na identificação com o outro está presente a agressividade, ao mesmo tempo em que favorece sua sublimação simbólica; o indivíduo vive a ambivalência de se ligar ao outro (na busca de satisfação), ao mesmo tempo em que busca afastar-se, por representar ele uma interdição. A agressividade promove a passagem ao ato, pela impossibilidade ou limitação das elaborações psíquicas. A ação hostil se direciona ao outro que ameaça ou priva. Há, nesse processo, um egoísmo, próprio da autopreservação. A frustração, outro nome dessa reação hostil aos empecilhos, também se funda no autocentramento narcísico e na inclinação à eliminação das oposições, seja uma coisa ou um outro. Essa atitude característica da busca de satisfação (sexual e biológica) do ser humano dá base à violência e à crueldade, que desconsideram a conservação do outro, privilegiando apenas sua própria perspectiva. A violência contra esse outro seria justificável ou mesmo necessária. Seja por ação direta ou indireta a violência se revela na intenção de causar dano a pessoas ou coisas.

A agressividade que impulsiona comportamentos hostis a outrem, também se direciona aos elementos simbólicos que se quer destruir, representado por um objeto. Expõe-se no filme

modelos de comportamento relativos a essa situação. Com a possibilidade de crítica e autocrítica, uma cena dessas pode propiciar reflexão e consciência, contudo, uma cena assim se propõe ao entretenimento e diversão, dada a forma com que foi construída, com base em fórmulas de sucesso da indústria cultural.

Caminhando para o final do filme, Scarlet e Herb fazem mais uma investida para roubar a coroa da rainha. Nessa cena a primeira mulher supervilã é superada por um garoto e sua arma de raio congelante, representando a superação da alta tecnologia e da juventude, mas mantendo ainda a disposição à vilania.

#### Quadro 6

#### **Quadro descritivo de texto visual e verbal da Cena: Scarlet é presa em um bloco de gelo pelo jovem Gru**

Dimensão visual	Dimensão verbal
Scarlet e Herb, correm em meio à multidão atônita e passiva. Ela está de posse da coroa real e faz um discurso repleto de ressentimento para si mesma e para Herb.	
De repente, um raio congelante os acerta, prendendo-os em um grande bloco de gelo que passa a deslizar suavemente. Ambos estão comicamente imobilizados e Scarlet segura a coroa, que se manteve fora do bloco de gelo.	
Enquadramento em um pé que para o bloco. O atirador, apenas uma sombra de perfil (mais dramaticidade e suspense), guarda sua arma.	
A figura é exposta. O garoto puxa a coroa, Scarlet resiste, mas ele a toma. Ela diz com o rosto pressionado pelo gelo:	– Garoto, devolve isso.
Ele, de costas para ela, diz debochadamente.	– Não... acho que não.
Ela retruca em tom ameaçador.	– Não sabe com quem está se metendo! Sou a maior supervilã de todos os tempos.
Zombando dela, ele diz:	– Ah! Era mesmo?
Então, se afasta calmamente. Kevin assiste a tudo, deslumbrado e, depois, segue o garoto.	

A figura importante e imponente, faz um último ato desesperado em direção à realização de seu ideal egoico. Pessoalmente, ela rouba a coroa, que não representa mais o glamour que buscava. Agora, essa figura pouco admirável representa a decadência do ícone, que será substituído por alguém mais jovem, moderno (adepto das tecnologias), que é a versão juvenil do vilão principal da franquia. Scarlet é “destronada” ou descartada de modo cômico e humilhante. Ao mesmo tempo, o novo vilão é apresentado de modo empolgante, promissor, carismático (na figura de uma criança). Sendo um *prequel*, esse desfecho é a ponte para o

próximo filme. Nessa cena em que os Minions encontram um novo chefe, não fica claro o narcisismo de Gru, apenas sua disposição de ser o maior vilão de todos, vencendo a atual supervilã número um. Seu narcisismo pode ser melhor visto no primeiro filme da franquia, específico de seu personagem. Entretanto, o que se evidencia aqui é a escolha objetal dos Minions, baseada no ideal de ego: a figura supervalorizada de um vilão-mor.

Scarlet é uma figura importante ao longo do filme, que evidencia seu narcisismo em seu discurso, sua breve história, suas ações e seus planos, ou seja, seu egocentrismo e egoísmo são pronunciados. Seu papel central na trama e sua grande exposição juntamente com a admiração de Tina e alguns atributos ressaltados (beleza, independência, sucesso, sonhos grandes etc.), leva o espectador a simpatizar-se com ela, mesmo sendo uma supervilã. Ela é figura de oposição aos Minions, que os evidencia. Mas no decorrer dos eventos, quando ela se posiciona contra os Minions e mostra seu lado realmente vilão, ela polariza com os Minions, que só estariam lutando para sobreviver, vencer as dificuldades e dar um futuro melhor para sua tribo. Até então, era uma celebridade com suas excentricidades. Na oposição que faz aos personagens principais, muito mais forte na empatia, e na vingança demonstrada, ela evidencia como os Minions não são os vilões, mas os mocinhos. Mesmo que eles tenham por propósito de vida servir o maior vilão que encontrarem, eles são mostrados não como maus/vilões, mas como inocentes ajudantes e dedicados cuidadores do futuro da tribo. Scarlet, em sua fúria e vingança, coloca os Minions em posição de heroísmo ao sobreviver a seus ataques e, por fim, corrigir seus erros (não um ato arrependido por algo errado que fizeram, mas uma homenagem pela devolução da coroa que haviam roubado).

No final, após restituírem a coroa e salvarem a Inglaterra, eles são publicamente honrados e parecem satisfeitos pelo bem que fizeram à rainha e pela festividade dada a eles. Porém, Kevin demonstra não estar plenamente feliz; faltava-lhe algo: a tribo já estava reunida, a salvo, mas Kevin não atingiu o objetivo de sua missão inicial. Eles carecem de um mestre para seguir. A questão inicial não tinha sido respondida com todo o esforço; contudo, ao acaso, a resposta lhe aparece. Ela se resolve na seguinte cena:

## Quadro 7

**Quadro descritivo de texto visual e verbal da Cena: Kevin elege Gru como o novo chefe e a tribo o segue**

Dimensão visual	Dimensão verbal
Gru toma a coroa de Scarlet. Kevin está perto, observando admirado. O garoto troca um rápido olhar com Kevin, que gagueja alguma coisa indefinida.	
Os outros dois Minions chegam perto de Kevin. E aponta para o garoto e diz:	– <i>Boss!</i>
Eles ficam animados, se entreolham e seguem-no.	
O garoto senta em uma moto, aperta um botão, o veículo começa a flutuar e se transforma em uma aeronave. Os Minions olham admirados.	
Corta para uma tomada panorâmica (plano geral): o garoto voando alto em sua moto-nave e todos os Minions correndo na estrada, seguindo-o.	– E foi assim que os Minions acharam seu novo chefe. Ele era astuto... era cruel... era perfeito... Ele era... o malvado favorito (Legenda: desprezível)”
Em um tom leve, alegre, descontraído, o Narrador conclui:	
Gru olha para a câmera; <i>Close up</i> progressivo em seu rosto. Finaliza o filme.	

Nesse final, com apoio dos recursos visuais do cinema, colocam-se novamente os holofotes na personagem de Gru, foco da franquia. O espectador pode sentir-se aliviado com o desfecho para a questão dos Minions, que, depois de tantos percalços burlescos, finalmente conseguiram encontrar um novo chefe, um novo lar e poderão viver felizes. Conforme mencionado anteriormente, os apontamentos de Adorno permitem considerar o poder combinatório do final feliz e do riso do filme, que devolve o espectador a sua realidade com uma sensação boa. Após seu tempo de entretenimento leve, pode voltar, um tanto mais aliviado e distraído, a atividades de sua vida, seja o trabalho e as responsabilidades dos adultos, seja as brincadeiras e a educação formal das crianças. Não há sobre o que se refletir, apenas algumas cenas mais engraçadas que podem ser lembradas para um prolongamento insípido da diversão que se findou. Cumpru-se um ciclo de um produto cultural da indústria do entretenimento. Tal produto será remostrado nos meios de comunicação de massa, em diversas ocasiões sociais; mesmo sem o poder de uma novidade, ainda irá distrair e entreter o público. Todos os produtos derivados retomam e reforçam os mesmos produtos e conteúdos, continuando o ciclo de produção, reprodução, consumo, distração, dessensibilização e formação cultural de uma subjetividade administrada.

#### 4. Considerações finais

De forma geral, diante do que o trabalho permitiu analisar e compreender, vale ressaltar que, no filme, montam-se situações que expressam, direta e indiretamente, determinados conteúdos a serem expostos em camadas, da superfície, com significados mais evidentes às camadas de significados mais profundos que, embora encobertos, podem ser apreendidos pelo espectador. Isso leva-o a interpretar e relacionar consigo mesmo tais conteúdos dados ou tácitos, ou seja, tanto os apresentados como textos quanto como subtextos permitem identificações e assimilações. Há uma comunicação constante, multifacetada, insistente, atraente, aparente e dissimulada.

Os elementos do filme são representações de objetos sociais; portanto, trazem aspectos sociais e individuais a serem apresentados em diversas formas aos espectadores. Mostrar e ocultar elementos da imagem e do som - por meio de técnicas, repetições, variações, intensidades, alívios etc - são recursos para gerar efeitos - sensações, associações, sentimentos, pensamentos, comportamentos - no espectador diante do que lhe é apresentado.

A questão central não é apenas o que o filme mostra ou silencia para estimular ou produzir algo, mas também o que ele dessensibiliza com o que mostra ou oculta. A seleção e a realização são feitas de modo racional, conforme a intenção dos responsáveis pela composição da obra fílmica. Numa sequência alternada de tensões e alívios, a diversão é basicamente experimentar sensações e emoções; as repetições variadas insistem em um mundo fantástico, fantasioso, com o qual o espectador é levado a identificar-se, a desejar e a estar disposto a imitar com algum esforço pessoal.

A dessensibilização (insensibilidade, acomodação, naturalização) permite que as situações, ações e figuras, ligadas à barbárie, progressivamente não choquem como antes e sejam vistas como naturais, aceitáveis, ordinárias. Ao mesmo tempo, as variações nas formas de apresentação, como se fossem novidades, servem para manter o potencial chocante dos conteúdos para que o ciclo tensão-alívio se mantenha operante. A barbárie suavizada é melhor aceita do que a pronunciada, mas aquela prepara a recepção desta. O trágico amenizado, assim como o humor e o absurdo colaboram com a dessensibilização. Uma miríade de imagens, sons e sensações inundam os sentidos dos espectadores; os conteúdos apresentados, na forma, na quantidade e na velocidade em que brotam dos meios de comunicação, exigem uma postura de contemplação passiva, promovendo uma indiferença quanto aos estímulos. Não que haja uma incapacidade de discriminação dos estímulos, mas, sim, uma indistinção quanto à relevância.

Essa relevância indiferenciada se constrói à medida que tudo, de alguma forma, se parece. As semelhanças se estabelecem por obedecerem a critérios estatísticos e de estilo da Indústria Cultural, que entrega reduzida variedade dos mesmos conteúdos: os produtos são fabricados com as mesmas características, apenas com pequenas inovações, inautênticas e racionalizadas, num ritmo industrial de produção e consumo. A racionalidade técnica permite que novos modos de dessensibilização sejam apresentados. Ela alcança a diversão e a concentra no entretenimento, reduzindo-a a sensações e a uma profusão de imagens e sons, e garante que estejam disponíveis a todos em seu tempo livre.

A criança, imersa em seu contexto familiar, vivendo experiências afetivas intensas presentes nas relações sociais concretas que estabelece com outros indivíduos e coisas, acaba por ser socializada, adaptada aos modos de ser da sociedade em que vive. A família e os meios de comunicação de massa são imponentes representantes e veículos das ideologias vigentes.

As experiências que a sociedade administrada propicia aos indivíduos não favorecem sua formação emancipadora, mas sim a pseudoformação. Isso ocorre com intensa mediação da Indústria Cultural, que oferece bens culturais e impõe sua ideologia vigente como conteúdos da formação que oferece, que visam a conformar o indivíduo ao coletivo. A experiência formativa autêntica é impedida de acontecer à medida que as experiências estéticas, profusas em sensações, são esvaziadas de significados que vão além de si mesmas.

Os modelos ideológicos da cultura hegemônica se interpõem nas relações humanas e implicam regular, objetiva e subjetivamente (sublimar, recalcar, deslocar, reforçar), o individualismo e o narcisismo dos indivíduos identificados com suas classes. A agressividade humana é regulada por uma ética administrada, inibindo a crueldade evidente (intenção destrutiva) e favorecendo uma coesão social. Para tal, é importante a constituição de um ideal de ego, advindo do processo do narcisismo, que favorece o recalque e a civilidade. No narcisismo, o investimento libidinal, antes direcionado a objetos do mundo externo, é redirecionado para o ego, revitalizando o mundo interno do indivíduo e o ideal de ego, condicionando, inclusive, as trocas sociais.

Nesse esforço de pesquisa foi possível aprofundar a compreensão, por meio da análise crítica de um filme de animação, acerca de alguns aspectos da ação da Indústria Cultural na formação e conformação do sujeito. O filme utilizado permitiu observar a função do produto cultural na pseudoformação do indivíduo, desde sua infância, por meio da comunicação de padrões de comportamento ideologicamente validados. A Teoria Crítica da Sociedade, como base teórica da pesquisa, favoreceu apreender o processo da formação cultural e a dinâmica da constituição da subjetividade e da consciência do indivíduo. Além disso, permitiu identificar os

aspectos ideológicos expostos no filme de animação, verificados pelo método de análise de filme utilizado.

Dada a relevância do tema abordado, mais poderia ser aprofundado e relacionado. O tempo restrito do mestrado impõe limites a uma análise mais aprofundada do filme, em aspectos estéticos, sociais e psicológicos. Questionar os espectadores sobre suas experiências com esse produto cultural em particular também poderia ser de grande ajuda para a compreensão do impacto direto em seus pensamentos, percepções e comportamentos. Outra importante questão evocada que merecia mais atenção foi sobre a relação da violência e da barbárie suavizada. Mais poderia ser discutido também o lugar do filme na franquia como possível alavanca de seu sucesso financeiro, a despeito das críticas ambivalentes e de diversos fatores peculiares já mencionados. Outra possível discussão relevante seria o papel e os efeitos de filmes de animação e outros gêneros nas práticas educadoras dos agentes socializadores.

Nesse sentido, o presente trabalho contribui na apreensão da ação da Indústria Cultural na formação cultural, sua onipresença por meio dos meios de comunicação de massa, verificada em um filme de animação e sua função de distribuição da ideologia, desde a socialização primária dos indivíduos.

## 5. Referências

- Adorno, T. W. (1986a). Capitalismo Tardio ou Sociedade Industrial? In G. Cohn (Ed.), *Theodor W. Adorno: Sociologia. (Col. Grandes Cientistas Sociais. Vol. 54)*. (pp. 62–75). São Paulo: Ática.
- Adorno, T. W. (1986b). Notas sobre o filme. In G. Cohn (Ed.), *Theodor W. Adorno: Sociologia. (Col. Grandes Cientistas Sociais. Vol. 54)*. (pp. 100–107). São Paulo: Ática.
- Adorno, T. W. (1986c). Sobre Música Popular. In G. Cohn (Ed.), *Theodor W. Adorno: Sociologia. (Col. Grandes Cientistas Sociais. Vol. 54)*. (pp. 115–146). São Paulo: Ática.
- Adorno, T. W. (1995a). Educação para que? In T. W. Adorno. *Educação e Emancipação* (pp. 139–154). Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Adorno, T. W. (1995b). Notas marginais sobre teoria e práxis. In T. W. Adorno. *Palavras e Sinais: Métodos críticos 2* (pp. 202–229). Petrópolis: Vozes.
- Adorno, T. W. (1995c). Tempo Livre. In T. W. Adorno. *Palavras e Sinais: Métodos críticos 2* (pp. 70–82). Petrópolis: Vozes.
- Adorno, T. W. (1996). Mensagens numa garrafa. In S. Zizek (Ed.), *Um mapa da ideologia* (pp. 39–50). Rio de Janeiro: Contraponto.
- Adorno, T. W. (2008). *As estrelas descem à Terra - a coluna de astrologia do Los Angeles Times: um estudo sobre superstição secundária*. São Paulo: Unesp.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1966). Teoría de la seudocultura. In T. W. Adorno, & M. Horkheimer. *Sociológica* (pp. 175–199). Madrid, Espanha: Taurus.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1978a). Família. In T. W. Adorno, & M. Horkheimer. *Temas básicos de Sociologia* (pp. 132–150). São Paulo: Cutrix.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1978b). Ideologia. In T. W. Adorno, & M. Horkheimer. *Temas básicos de Sociologia* (pp. 184–205). São Paulo: Cutrix.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1985a). A Indústria Cultural: O esclarecimento como mistificação das massas. In T. W. Adorno, & M. Horkheimer. *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos* (pp. 113–156). Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1985b). *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1985c). O Conceito de Esclarecimento. In T. W. Adorno, & M. Horkheimer. *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos* (pp. 19–52). Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- AdoroCinema. (2016). As 20 animações de maior bilheteria na história. Recuperado de 01 de dezembro de 2016, de <http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-116062/>
- Aquino, A. R., & Assis, M. D. F. P. de. (2016). Narcisismo: subjetividades contemporâneas. *ECOS Estudos Contemporâneos de Subjetividade*, 6(2), 306–318. Recuperado em 18 de outubro de 2017, de <http://www.periodicoshumanas.uff.br/ecos/article/view/1795>
- Arantes, A. C. (2008). *O estatuto do anti-herói: estudo da origem e representação, em análise crítica do Satyricon, de Petronio e Dom Quixote, de Cervantes*. (Dissertação de mestrado). Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Universidade Estadual de Maringá. Maringá, PR, Brasil. Recuperado de <http://www.ple.uem.br/defesas/pdf/acarantes.pdf>

- Araujo, I. (1995). *Cinema: o mundo em movimento (Coleção História em Aberto)*. São Paulo: Scipione.
- Ariès, P. (1981). Da família medieval à família moderna. In P. Ariès. *História social da criança e da família* (pp. 154–196). Rio de Janeiro: LTC.
- Badiou, A. (2015). O cinema como experimentação filosófica. In G. Yoel (Ed.), *Pensar o Cinema: imagem, ética e filosofia* (pp. 31–82). São Paulo: Cosac Naify.
- Benjamin, W. (1987a). A Obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica (Primeira versão). In W. Benjamin. *Magia e Técnica, Arte e política*. (Obras escolhidas, Vol. I) (3a ed., pp. 165–196). São Paulo: Brasiliense. Recuperado de <https://doi.org/10.1096/fj.09-0701ufm>
- Benjamin, W. (1987b). Experiência e pobreza. In W. Benjamin. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. (Obras escolhidas, Vol.1) (3a ed., pp. 114–119). São Paulo: Brasiliense.
- Benjamin, W. (1994). O Narrador: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In W. Benjamin. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura* (p. 197–221). São Paulo: Brasiliense.
- Bergan, R. (2009a). A História do Cinema. In R. Bergan. *Guia Ilustrado Zahar: Cinema* (3a ed., pp. 14–87). Rio de Janeiro: Zahar.
- Bergan, R. (2009b). Gêneros de Filmes: Animação. In R. Bergan. *Guia Ilustrado Zahar: Cinema* (3a ed., pp. 118–121). Rio de Janeiro: Zahar.
- Bettelheim, B. (2002). *A psicanálise dos contos de fadas*. Paz e Terra.
- Birman, J. (2007). O mal-estar na atualidade: a psicanálise e as novas formas de subjetivação. *Psychê*, (20), 185–189.
- Birman, J. (2012). *O sujeito na contemporaneidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Birman, J. (2016). As novas formas de subjetivação. In J. Birman. *Mal-estar na atualidade: A Psicanálise e as novas formas de subjetivação* (11a ed., pp. 159–186). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Bortoletto, M. (2008). *Ideologias Animadas: a criança e o desenho animado*. (Dissertação de mestrado). Faculdade de Educação, Universidade Estadual de Campinas - Unicamp, Campinas, SP, Brasil. Recuperado de <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Brasil/Ministério de Justiça. (2012). Classificação Indicativa: Guia Prático Brasília, Brasil: Secretaria Nacional de Justiça. Coordenação de Classificação Indicativa. Recuperado de <http://www.justica.gov.br/seus-direitos/classificacao/guia-pratico/guia-pratico.pdf>
- Brombert, V. (2001). *Em louvor de anti-heróis*. São Paulo: Ateliê.
- Caetano, A. C., & Zanolla, S. R. S. (2006). Jogos eletrônicos e massificação infantil - um estudo da concepção de Infância na perspectiva da Teoria Crítica de Adorno. In *Congresso de Pesquisa, Ensino e Extensão da UFG - CONPEEX 3 - Anais eletrônicos do XIV Seminário de Iniciação Científica [CD-ROM]*,. Goiânia: UFG. Recuperado de [https://projetos.extras.ufg.br/conpeex/2006/porta\\_arquivos/pibic/1582679-Aur%C3%A9liaCarneiroCaetano.pdf](https://projetos.extras.ufg.br/conpeex/2006/porta_arquivos/pibic/1582679-Aur%C3%A9liaCarneiroCaetano.pdf)
- Campbell, J. (1990). *O Poder Do Mito*. São Paulo: Palas Athena.
- Capes. (2017). *Portal de Periódicos Capes/MEC*. Recuperado em 25 de julho de 2017, de <http://www.periodicos.capes.gov.br/>

- Castells, M. (2003). *A sociedade em rede* (7a ed.). São Paulo: Paz e Terra.
- Cholodenko, A. (2017). A Animação do Cinema. *Galaxia (Online)*, (34), 20–54. Recuperado de <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1590/1982-2554201729575>
- CinePop. (2016). *Animação*. Recuperado de <http://cinpop.com.br/?s=minions>
- Clarín. (2015a). *Minions: el fenómeno*. In *Clarín - Cine*. Recuperado em 12 de março de 2017, de [https://www.clarin.com/cine/minions\\_0\\_r1QYXBKw7l.html](https://www.clarin.com/cine/minions_0_r1QYXBKw7l.html)
- Clarín. (2015b). *'Minions': Amarillos y divertidos*. In *Clarín - Cine*. Recuperado em 12 de março de 2017, de [https://www.clarin.com/cine/minions-pierre-coffin-kyle-balda-critica\\_de\\_cine\\_0\\_ByhGCUvmg.html](https://www.clarin.com/cine/minions-pierre-coffin-kyle-balda-critica_de_cine_0_ByhGCUvmg.html)
- Clarín. (2015c). *'Minions' pasó los 2.000.000 de entradas*. In *Clarín - Cine*. Recuperado em 12 de março de 2017, de [https://www.clarin.com/cine/minions-record\\_0\\_SkMbNLKw7g.html](https://www.clarin.com/cine/minions-record_0_SkMbNLKw7g.html)
- Coffin, P. & Balda, K. (2015). *Minions*. [Filme-vídeo]. 1 DVD, 91 color, inglês. (Título original: *The Minions*). EUA: Illumination Entertainment; Universal Pictures. Recuperado em 13 de março de 2017, de <http://www.minionsmovie.com/minions.html>
- Costa, J. F. (1995). *Violência e Psicanálise* (Biblioteca de Psicanálise e Sociedade. Vol. 3) (3a ed.). Rio de Janeiro: Graal.
- Cortella, M. S. (2010) Síndrome de Rocky Balboa. In M. S. Cortella. *Qual é tua obra? Inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética*. (11a ed., pp. 40-44). Petrópolis, Vozes.
- Crochík, J. L. (1996). Preconceito, indivíduo e sociedade. *Temas Em Psicologia*, (3), 47–69.
- Crochík, J. L. (1998). Os desafios atuais do estudo da subjetividade na Psicologia. *Psicologia USP*, 9(2), 69–85.
- Crochík, J. L. (2010). A constituição do sujeito na contemporaneidade. *Revista Inter-Ação*, 35(2), 387–403. Recuperado de <https://doi.org/10.5216/ia.v35i2.12673>
- Debord, G. (1997). *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Didi-Huberman, G. (1998). A imagem crítica. In G. Didi-Huberman. *O que vemos, o que nos olha* (pp. 169–200). São Paulo: Editora 34.
- Duarte, R. A. de P. (2002). *Adorno/Horkheimer & A dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Duarte, R. A. de P. (2003). Esquematismo e Semiformação. *Educação & Sociedade*, 24(83), 441-457. Recuperado de <http://www.cedes.unicamp.br>.
- Duarte, R. A. de P. (2008). Apresentação à edição brasileira. In T. W. Adorno. *As estrelas descem à Terra - a coluna de astrologia do Los Angeles Times: um estudo sobre superstição secundária* (pp. 11–28). São Paulo: Unesp.
- Eisenstein, S. (2002). *O sentido do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Recuperado de <https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&q=o+sentido+do+filme&btnG=&lr=#0>
- El-Periodico. (2015). El Periodico - Noticias. Recuperado em 12 de março de 2017, de <http://www.elperiodico.com/es/noticias/ocio-y-cultura/fenomeno-minions-4349358>
- Faria, M. L. de. (2012). *Imagem e Imaginário dos Vilões Contemporâneos: O vilão como representação do mal nos quadrinhos, cinema e games*. (Tese de Doutorado). Faculdade de Meios de Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

- PUC-RS. Porto Alegre, RS, Brasil. Recuperado de <http://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/2091>
- Feijó, M. C. (1984). *O que é herói*. (Vol. 139; Coleção Primeiros passos). São Paulo: Brasiliense.
- Feitosa, C. (2017). *Introdução ao Cinema - Nível básico* [Arquivos de vídeo]. (Curso Livre online. Duração: 32h). Brasil: Render Cursos Ltda. Recuperado de <http://www.render.com.br>
- Ferreira, A. B. D. H. (2004a). Verbetes: Onipotência. In A. B. D. H. Ferreira. *Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa: Miniaurélio Eletrônico versão 5.12* (7a ed.). [Programa de computador]. São Paulo, Positivo Informática.
- Ferreira, A. B. D. H. (2004b). Verbetes: Roubo. In A. B. D. H. Ferreira. *Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa: Miniaurélio Eletrônico versão 5.12* (7a ed.). [Programa de computador]. São Paulo, Positivo Informática.
- Fossatti, C. L. (2009). *Cinema de Animação: Uma trajetória marcada por inovações. 7º Encontro Nacional de História da Mídia: Mídias alternativas e alternativas midiáticas*. Fortaleza/Ceará. Recuperado em 30 de setembro de 2016, de [http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/CINEMA DE ANIMACaO Uma trajetoria marcada por inovacoes.pdf%5Cn12/04/2016](http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/CINEMA%20DE%20ANIMACAO%20Uma%20trajetoria%20marcada%20por%20inovacoes.pdf%5Cn12/04/2016)
- Franzão, C. R. da S. (2009). *A Intertextualidade Geradora de Sentido no Gênero Desenho Animado de Núcleo Familiar “Os Simpsons”*. (Dissertação de Mestrado) Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), UNESP, Bauru, SP, Brasil. Recuperado de <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/89379>
- Freud, S. (1969). Recordar, repetir e elaborar (Novas recomendações sobre a técnica da psicanálise II) (1914). In S. Freud. *Edição Standard Brasileira das obras psicológicas de Sigmund Freud* (Vol. XII, pp. 193-201). Rio de Janeiro: Imago.
- Freud, S. (1976). Esboço de Psicanálise (1938). In S. Freud. *Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud* (Vol. 11, pp. 281-305). Rio de Janeiro: Imago.
- Freud, S. (1987). Além do princípio de prazer, Psicologia de Grupo e outros trabalhos (1920-1922). In S. Freud. *Edição Standard Brasileira das obras psicológicas de Sigmund Freud* (Vol. XVIII, pp. 177-218). Rio de Janeiro: Imago.
- Freud, S. (2006). O Id e o Ego (1923). In S. Freud. *Edição Standard Brasileira das obras psicológicas de Sigmund Freud* (Vol. XIX, pp. 237-289.). Rio de Janeiro: Imago.
- Freud, S. (2010a). Introdução ao narcisismo (1914). In S. Freud. *Introdução ao narcisismo: ensaios de metapsicologia e outros textos (1914-1916)*. *Obras Completas* (Vol. 12, pp. 13–50). São Paulo: Cia das Letras.
- Freud, S. (2010b). O Mal-estar na Civilização (1930). In S. Freud. *O mal-estar na civilização, Novas conferências introdutórias à Psicanálise e outros textos. (1930-1936)*. *Obras completas* (Vol. 18, pp. 13–122). São Paulo: Cia das Letras.
- Freud, S. (2011). Psicologia das Massas e Análise do eu (1921). In S. Freud. *Psicologia das massas e análise do eu e outros textos (1920-1923)*. *Obras completas* (Vol. 15, pp. 13–113). São Paulo: Cia das Letras.
- Freud, S. (2012). Totem e Tabu (1912-1913). In S. Freud. *Totem e tabu, contribuição à história do movimento psicanalítico e outros textos (1912-1914)*. *Obras completas* (Vol. 11, pp.

- 13–155). São Paulo: Cia das Letras.
- Freud, S. (2016). Três ensaios sobre a teoria da sexualidade (1905). In S. Freud. *Três Ensaios sobre a Teoria da Sexualidade, Análise Fragmentária de uma Histeria (O Caso Dora) e outros textos* (Vol. 6, pp. 13–172). São Paulo: Cia das Letras.
- Freud, S., & Einstein, A. (2008). Por que a guerra? (Troca de correspondência entre Einstein e Freud, 1932). *Revista de Psicologia Do Cesusc.*, (1), 105–118. Recuperado de <http://virtual.cesusc.edu.br/portal/externo/revistas/index.php/psicologia/article/view/60/50>
- G1. (2017). *G1 Portal de Notícias*. Recuperado de <http://www.g1.globo.com>
- Gazeta-do-Povo. (2016). *Gazeta do Povo - Economia*. Recuperado de <http://www.gazetadopovo.com.br/economia/onda-amarela-faz-dos-minions-um-fenomeno-de-vendas-0rm23bmocdnjgstaqsbyief9>
- Horkheimer, M. (2000). Meios e fins. In M. Horkheimer *Eclípe da Razão* (pp. 13–64). São Paulo: Centauro.
- Iasi, M. L. (2011). Reflexão sobre o processo de consciência. In M. L. Iasi. *Ensaios sobre consciência e emancipação* (2a ed., pp. 11–45). São Paulo: Expressão Popular.
- IGN. (2017). *MPAA - Ratings Wiki Guide*. Recuperado em 6 de junho de 2017, de <http://www.ign.com/wikis/content-ratings/MPAA>
- IMDb. (2017). IMDb (Internet Movies Database). Recuperado em 6 de junho de 2017, de <https://www.imdb.com/>
- Jusbrasil. (2017). Jusbrasil - Roubo e Furto. Recuperado em 6 de junho de 2017, de <https://www.jusbrasil.com.br/>
- Kant, E (2002). O indivíduo Resposta à pergunta: “Que é iluminismo?” (1784). In E. Kant. *A paz perpétua e outros opúsculos*. Lisboa: Edições 70.
- Kossoy, B. (2001). Fotografia e Historia. In B. Kossoy. *Historia e fotografia* (2a ed., pp. 23–32). São Paulo: Ateliê.
- Kracauer, S. (2009). O ornamento da massa. In S. Kracauer. *O ornamento da massa: ensaios* (pp. 91–103). São Paulo: Cosac Naify.
- Berthold. M. *História mundial do teatro*. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- Lasch, C. (1984). *A cultura do Narcisismo*. Rio de Janeiro: Imago.
- Lastória, L. A. C. N. (2003). O Torre Eiffel: Diversão como Rito Sado-Masquista. In B. Pucci, B. C. G. Costa & L. A. C. N. Lastória. *Tecnologia, Cultura e Formação... ainda Auschwitz*. São Paulo: Cortez.
- Lucena Jr., A. (2002). *Arte da Animação: Técnica e estética através da história*. São Paulo: SENAC. Recuperado de <https://books.google.com.br/books?id=ElFzjIyhjMC>
- Maar, W. L. (1995). À guisa de introdução: Adorno e a experiência formativa. In T. W. Adorno. *Educação e Emancipação* (pp. 11–28). Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Marcuse, H. (1973a). *A ideologia da Sociedade Industrial: O Homem Unidimensional* (4a ed.). Rio de Janeiro: Zahar.
- Marcuse, H. (1973b). O fechamento do universo da locução. In H. Marcuse. *A ideologia da sociedade industrial: O Homem Unidimensional* (4a ed., pp. 92–121). Rio de Janeiro: Zahar.

- Martino, S., & Thurmeier, M. (2012). *A Era do Gelo 4*. [Filme-vídeo]. 1 DVD, 104 color, inglês. (Título original: Ice Age: Continental Drift). EUA: Fox Film do Brasil.
- Marx, K. (2010). *Sobre a questão judaica*. (Coleção Marx-Engels). São Paulo: Boitempo.
- Marx, K. & Engels, F. (2001). *A Ideologia Alemã*. São Paulo: Martins Fontes.
- Matos, O. C. F. (1993). *A Escola de Frankfurt: luzes e sombras do Iluminismo*. São Paulo: Ed. Moderna.
- Melo, J. B. (2011). A lanterna mágica. In J. B. Melo. *Lanterna Mágica: infância e cinema infantil* (pp. 47–82). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Minions. (2016). Minions - Site oficial. Recuperado de <http://www.minionsmovie.com/minions.html>
- Miranda, M. G. (1994). O processo de socialização na escola. In S. T. M. Lane & W. Codo (Eds.), *Psicologia Social: o homem em movimento* (pp. 125–135). São Paulo: Brasiliense.
- Mitchell, M. (2010). *Shrek para Sempre*. [Filme-vídeo]. 1 DVD, 93 color, inglês. (Título original: Shrek Forever After). EUA: Paramount Pictures.
- Mitrovitch, C. (2011). *Experiência em Walter Benjamin*. São Paulo. Unesp.
- Mizanzuk, I. (2017). *Storytelling: como contar boas histórias*. [Arquivos de vídeo]. (Curso Livre online. Duração: 8h). Recuperado de <https://www.aldeia.cc/cursos/curso-de-storytelling-em-curitiba/>
- Momm, C. M. (2006). *Entre Memória e História: Estudos sobre a Infância em Walter Benjamin* (Dissertação de Mestrado). Centro de Ciências da Educação. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC, Brasil. Recuperado de <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/89351/228559.pdf>
- MPAA. (2017). *Motion Picture Association of America*. Recuperado em 6 de junho de 2017, de <https://www.mpa.org/>
- Netto, J. P. (2012). Elementos fundantes de uma concepção materialista da história. In J. P. Netto. (Ed.), *O leitor de Marx* (pp. 133–160). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Neuvald, L. (2015). Estética , experiência formativa e infância em Adorno. *Impulso*, 25(62), 27–36. Recuperado de <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15600/2236-9767/impulso.v25n62p27-36>
- On-IG. (2016). On-IG Cinema. Recuperado em 6 de junho de 2017, de <http://on.ig.com.br/imagem/2014-10-29/19-piadas-adultas-dos-desenhos-animados-que-voce-nao-entendeu-quando-era-crianca.html>
- Palangana, I. C. (1998). *Individualidade: Afirmação e Negação na Sociedade Capitalista*. São Paulo: Plexus.
- Penafria, M. (2003). Ouvir imagens e ver sons. In *VII Encontro de Cinema-Música(s) - Cine Clube de Faro* (pp. 1–8). Faro, Portugal: BOCC-Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Recuperado em 10 de abril de 2016, de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/penafria-som-e-doc.pdf>
- Penafria, M. (2009). Análise de Filmes - conceitos e metodologia(s). In *VI Congresso SOPCOM* (pp. 1–10). Beira Interior, Portugal: BOCC-Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Recuperado em 10 de abril de 2016, de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>

- Ramos, C. (1999). Elementos para uma psicologia do sujeito cativo. *Psicologia USP*, 10(2), 1–14. Recuperado de <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1590/S0103-65641999000200002>
- Reis, J. R. T. (1994). Família, emoção e ideologia. In S. T. M. Lane & W. Codo (Eds.), *Psicologia Social: o homem em movimento I* (pp. 99–124). São Paulo: Brasiliense.
- Renaud, C., & Coffin, P. (2010). *Meu Malvado Favorito*. [Filme-vídeo]. 1 DVD, 95 color, inglês. (Título original: Despicable Me). EUA: Universal Pictures.
- Renaud, C., & Coffin, P. (2013). *Meu Malvado Favorito 2*. [Filme-vídeo]. 1 DVD, 98 color, inglês. (Título original: Despicable Me 2). EUA: Paramount Pictures.
- Resende, M. do R. S., & Roure, S. A. G. de. (2012). Formação Cultural e Moral: a Crítica da Razão. *Revista InterAção*, 37(1), 147–159. Recuperado de <https://doi.org/10.5216/ia.v37i1.18876>
- Resende, A. C. A. (2009). Reificação Psíquica. In A. C. A. Resende. *Para a crítica da subjetividade reificada*. (pp. 137–147). Goiânia: UFG.
- Rose, D. (2015). Análise de Imagens em Movimento. In M. W. Bauer & G. Gaskell (Eds.), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (13a ed., pp. 343–364). Rio de Janeiro: Vozes.
- RottenTomatoes. (2017). *Rotten Tomatoes*. Recuperado de <https://www.rottentomatoes.com/search/?search=minions>
- Roudinesco, E., & Plon, M. (1998a). Verbete: Libido. In E. Roudinesco & M. Plon. *Dicionário de psicanálise*. (pp. 471-475). Rio de Janeiro: Zahar.
- Roudinesco, E., & Plon, M. (1998b). Verbete: Narcisismo. In E. Roudinesco & M. Plon. *Dicionário de psicanálise*. (pp. 530-533). Rio de Janeiro: Zahar.
- Roure, S. A. G. de. (2009). *A autoridade na educação contemporânea*. Goiânia: UFG.
- Saldanha, C., & Thurmeier, M. (2009). *A Era do Gelo 3*. [Filme-vídeo]. 1 DVD, 100 color, inglês. (Título original: Ice Age: Dawn of the Dinosaurs 3). EUA: Fox Film do Brasil.
- Salgado, R. G. (2005). *Ser criança e herói no jogo e na vida: A infância contemporânea, o brincar e os desenhos animados*. (Tese de doutorado). Departamento de Psicologia. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC-Rio. Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Recuperado de <http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0115578-05-pretextual.pdf>
- Souza, A. B. C. (2014). Arte, Infância e Indústria Cultural. *Revista Inter-Ação*, 39(1). Recuperado de <https://revistas.ufg.br/interacao/article/download/27172/16367>
- Stratton, P., & Hayes, N. (1997). Verbetes: Cinestesia e Cinestésico. In P. Stratton & N. Hayes (Orgs.). *Dicionário de Psicologia*. (p. 35) São Paulo: Pioneira.
- Thomas, M. (2017a). *Dessins animés : Il est important d'offrir aux enfants une diversité de modèles*. Recuperado em 31 de outubro de 2017, de <http://www.liberation.fr/auteur/18006-marlenethomas>
- Thomas, M. (2017b). *Dessins animés : sexy et minces, des héroïnes toujours plus stéréotypées*. Recuperado em 31 de outubro de 2017, de <http://www.liberation.fr/auteur/18006-marlenethomas>
- Thompson, J. B. (2011). O Conceito de Ideologia. In J. B. Thompson. *Ideologia e cultura moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa* (9a ed., pp. 43–99). Petrópolis: Vozes.

- Torres, M. (2016). Os Enquadramentos do Cinema. *Design Culture*. Recuperado em 26 de janeiro de 2018, de <http://www.designculture.com.br/os-enquadramentos-do-cinema/>
- Veja-SP. (2016). Os minions viraram quadros de museu: entenda o caso. Recuperado em 12 de março de 2017, de <http://vejasp.abril.com.br/blog/miguel-barbieri/os-minions-viraram-quadros-de-museu-como-entenda-o-caso/>
- Wanderley, A. A. R. (1999). Narcisismo Contemporâneo: uma abordagem laschiana. *PHYSIS Revista de Saúde Coletiva*, 9(2), 31–47.
- Wells, P., Quinn, J. & Mills, L. (2012). *Desenho para animação: Animação básica*. Porto Alegre: Bookman. Recuperado de [https://books.google.com.br/books?id=zHkKBwAAQBAJ&lpg=PP1&dq=desenho para animacao&hl=pt-BR&pg=PP1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=zHkKBwAAQBAJ&lpg=PP1&dq=desenho+para+animacao&hl=pt-BR&pg=PP1#v=onepage&q&f=false)
- Williams, P. (2013). *Happy* [Música-áudio]. Duração: 3:53. Inglês. Album: “Girl”. Miami, Florida, EUA: Circle House Studios.
- Zanolla, S. R. S. (2007). Indústria cultural e infância: estudo sobre formação de valores em crianças no universo do jogo eletrônico. *Educação & Sociedade*, 28(101), 1329–1350. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/S0101-73302007000400004>
- Zanolla, S. R. S. (2010). Videogame e Cultura de Massa. In S. R. S. Zanolla. *Videogame, educação e cultura: pesquisas e análise crítica*. (pp. 63–68). Campinas: Alínea.
- Zuin, A. Á. S. (2001). Sobre a atualidade do conceito de Indústria Cultural. *Cadernos CEDES*, 21(54), 9–18. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/S0101-32622001000200002>

## Anexo A – Quadro histórico do cinema de animação

### Antes do Cinema (Até final do Século XIX)

1645	Athanaïus Kircher apresenta da lanterna mágica (uma caixa portadora de uma fonte de luz e de um espelho curvo, através do qual se projetavam imagens derivadas de slides pintados em lâminas de vidro).
1736	Peiter Van Musschenbrock, continuando o trabalho de Kircher, produz ilusão de movimento.
1794	Etienne Gaspard Robert, em Paris, faz uso comercial da lanterna mágica em seu espetáculo “ <i>Fantasmagorie</i> ”.
1826	Peter Mark Roget, médico inglês, publica estudo sobre a teoria da persistência visual (O olho humano tem a capacidade de reter imagens por um breve momento, fazendo perceber uma sequência de imagens como uma única imagem em movimento).
Séc. XIX	Em seu transcorrer diversos aparelhos são criados explorando e combinando esse princípio fisiológico e outros físicos (Taumatoscópio (1825); Fenaquistoscópio (1828); Estroboscópio (1832); Zootoscópio (1834); Flipbook (1868); Praxinoscópio (1877); Teatro Óptico (1892). Destaca-se também no decorrer desse século o desenvolvimento da fotografia.
1880	Define-se o conceito de animação antropomórfica, que consistia em dar vida a objetos inanimados.
1877	Thomas Edson patenteia o Fonógrafo com folha de estanho (registrar e reproduzir som).
1881	Thomas Edson cria o Cinetoscópio (projetor de imagens em movimento).
1895	Irmãos Lumière criam o Cinematógrafo (registrar, revelar e projetar a película). Nasce o cinema com a primeira exibição pública.

**Nota.** Fonte: Adaptado de (Bortoletto, 2008; Fossatti, 2009; Lucena Jr, 2002; Salgado, 2005).

### O Cinema Mudo ou A Era do Silêncio (Décadas de 1900 a 1920)

1908	Emile Cohl, inspirado nos quadrinhos cômicos da imprensa diária, produz “ <i>Fantasmagorie</i> ”, a primeira animação feita com a técnica frame a frame – que permitiu movimentos fluidos; alcança mercado internacional.
1914	Winsor McCay cria “ <i>Gertie, the Dinosaur</i> ”; o curta-metragem produzido com cerca de dez mil desenhos, que inaugura o gênero de animação; sem som, sem cores.
1919	Pat Sullivan e Otto Messmer produzem “ <i>Felix, the Cat</i> ”; ainda sem cor e sem som, mas com ênfase na personalidade e histórias que invadiram o irreal, a personagem se torna um astro do cinema nos anos seguintes.
1920	Avanços tecnológicos permitem a integração de cor às animações.
1927	Dá-se o advento do cinema sonoro.
1928	Walt Disney é o primeiro a integrar som e cor em suas animações.

**Nota.** Fonte: Adaptado de (Bortoletto, 2008; Fossatti, 2009; Lucena Jr, 2002; Salgado, 2005).

### A Era de Ouro (Décadas de 1930 a 1960)

Anos 1930	Advento da televisão, mas os desenhos animados são veiculados principalmente nos cinemas.
Anos 1930/1940	O grande crescimento de <i>Walt Disney Studios</i> , tanto em suas produções quanto em seus conceitos e técnicas revolucionários, promovem uma hegemonia na esfera da animação.
1938	Chad Groskopf cria “ <i>Willie, the Worm</i> ”, primeiro curta metragem criado propriamente para a televisão.
Anos 1940	Novos estúdios surgem no Estados Unidos e na Europa, e concorrem direta e indiretamente com a Disney.  A <i>Warner Bros.</i> se concentrou em episódios curtos, adequados ao formato televisivo.  A MGM ( <i>Metro-Goldwyn-Mayer</i> ), em operação de 1940 a 1957, deu ênfase a “animação da personalidade”, produzindo as personagens “Tom e Jerry”, sucesso desde sua estreia.  Os irmãos Fleischer, pela Paramount, firmaram-se no uso da rotoscopia.  Fundado em 1940 o estúdio “ <i>United Productions of America</i> ” (UPA), oferecendo um rompimento com o realismo das produções Disney.
Anos 1940/1950	Intensifica-se a produção de séries animadas para a televisão.  Maior inserção do desenho animado no cotidiano das crianças.  Novas técnicas são desenvolvidas e aprimoradas, com a constante preocupação de altos custos e longo tempo de trabalho exigido para a animação.

**Nota.** Fonte: Adaptado de (Bortoletto, 2008; Fossatti, 2009; Lucena Jr, 2002; Salgado, 2005).

### A Era da Televisão (Década de 1960 a meados de 1980)

1963	Lançamento do primeiro programa gráfico interativo (Ivan Sutherland, MIT).
Final dos anos 1960	Primeiros indícios da animação por computador.
1970	O <i>Walt Disney Studios</i> para a produção de animação tradicional.
Anos 1970	Dá-se um a arrefecimento do cinema de animação (longa-metragem).  Os adultos passam a ser vistos como público para as animações.
1973	Exibidos primeiros filmes com cenas em que se aplicou a técnica CGI ( <i>Computer Generated Images</i> ; “Imagens geradas por computadores”): 2D CGI em “ <i>Westworld</i> ” (1973), e 3D CGI na sua sequência “ <i>Futureworld</i> ” (1977).
1974	Reconhecido marco inicial da animação por computador com o uso da técnica de interpolação de objetos no filme “ <i>Hunger</i> ”, de René Jodoin.
1975	A rede ABC é impedida de exibir a animação “Tom e Jerry”, considerados excessivamente violentos.

**Nota.** Fonte: Adaptado de (Bortoletto, 2008; Fossatti, 2009; Lucena Jr, 2002; Salgado, 2005).

### **A Era Moderna ou A era da animação digital (Meados da década 1980 a atualmente)**

Anos 1980	<p>Grandes investimentos são realizados em desenhos animados comerciais.</p> <p>O desenvolvimento de software e hardware permitiram o crescimento da animação por computador.</p> <p>A computação gráfica é utilizada para produzir e melhorar efeitos no cinema.</p> <p>Reaquece o cinema de animação com a animação digital (2D e 3D CGI).</p> <p>Estúdios Disney, comparado com outros, timidamente continua no ramo de cinema de animação, acompanhando os avanços tecnológicos.</p>
1982	“Tron” foi o primeiro o longa-metragem dos Estúdios Disney a valer-se da computação gráfica em sequências completas e na integração de animação a personagens reais.
1985	A associação da indústria de animação com a indústria de brinquedos eleva a animação como grande negócio para a sociedade de consumo.
1986	“Luxo Jr” é a primeira produção do gênero totalmente realizada por computador a concorrer ao Oscar.
1987	“The Simpsons” marca o ressurgimento de animação para adultos.
1989	“Tin Toy”, da <i>Pixar Animation Studios</i> , foi o primeiro ganhador do Oscar de Melhor curta-metragem animado.
Anos 1990	<p>Expande-se o “Anime”, a animação japonesa, com estética e composição de personagens, que rompem com o padrão americano.</p> <p>(Continua hoje em franco crescimento).</p>
1994	“O Rei Leão”, da Disney, combina as técnicas tradicionais com tecnologia digital, apresentando um conteúdo denso, beleza estética e a forte apelo emocional.
1995	<p>“Toy Story” uma coprodução que uniu os paradigmas estéticos da Disney com a tecnologia de animação pela Pixar.</p> <p>Foi a primeira animação totalmente digitalizada.</p>
1998	A <i>DreamWorks Animation SKG</i> , criada em 1994, firma-se na animação digital com “Formiguinhaz” (1998); é pioneira com a técnica de massa de modelar com “Fuga das Galinhas (2000); e lança seu grande sucesso “Shrek” (2001) definindo-se como principal concorrente da Pixar/Disney. Recebeu o Oscar de “Melhor filme de animação” em 2002.
2001	“Melhor filme de animação” é nova categoria do Oscar, criada pela Academia de Artes e Ciências Cinematográficas. Demonstra a aceitação do público e da Academia.
2001	Técnicas de captação de movimento em “Final Fantasy” (2001) e “O Expresso Polar” (2004) permite substituir os atores por personagens animados, apresentado um efeito mais realístico.
2002	<p>A <i>20th Century Fox Animation</i> incorpora a <i>Blue Sky</i> em 1997.</p> <p>Lança “A era do gelo” (2002) com recordes de bilheteria.</p>
2004	“Shrek 2” demonstra um nível mais elevado da animação digital, proporcionando noções de hiper-realidade em objetos e personagens.
2010	“Meu Malvado Favorito” ( <i>Despicable Me</i> ) é animação da <i>Universal Studios</i> e da <i>Illumination Entertainment</i> de grande sucesso de bilheteria no gênero.
2015	“Minions”, <i>spin-off</i> e <i>prequel</i> de “Meu Malvado Favorito”, teve excepcional sucesso com o público, passando da marca de \$1.1 bilhão de lucro.

**Nota.** Fonte: Adaptado de (Bortoletto, 2008; Fossatti, 2009; Lucena Jr, 2002; Salgado, 2005).

## Anexo B – Quadro Descritivo de texto visual e verbal

### Quadro descritivo de texto visual e verbal

Dimensão visual	Dimensão verbal

**Nota.** Fonte: Adaptado de Rose, D. (2015). *Análise de Imagens em Movimento*. In M. W. Bauer & G. Gaskell (Eds.), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (13a ed., pp. 343-364). Rio de Janeiro: Vozes.

### Quadro de Análise visual: Códigos dos ângulos de câmera.

ECU	<i>Close-up</i> máximo (ou Plano Detalhe)
CU	<i>Close-up</i>
PCU	<i>Close-up</i> próximo (ou Plano Próximo)
MCU	<i>Close-up</i> médio (ou Plano Médio)
MW	Abertura média (ou Plano Americano)
WA	Ângulo bastante aberto (ou Plano Geral)
AMB ( <i>Ambience</i> )	Uma tomada que não seja uma pessoa (ou Grande Plano Geral)
TR ( <i>Tracking</i> )	Câmera seguindo a ação

**Nota.** Fonte: Adaptado de Rose, D. (2015). *Análise de Imagens em Movimento*. In M. W. Bauer & G. Gaskell (Eds.), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (13a ed., pp. 343-364). Rio de Janeiro: Vozes.

### Termos sobre Enquadramentos do Cinema.

<b>Grande plano geral</b>	Um plano extremamente aberto que mostra o ambiente ou cenário em geral; as personagens não são enfatizadas ou estão ausentes da cena.
<b>Plano Geral</b>	Enquadrar a personagem de corpo inteiro e o cenário. Comumente pretende mostrar a interação deste com o ambiente em que está.
<b>Plano Americano</b>	Enquadra a personagem acima do joelho, enfatizando-a mais do que ao cenário.
<b>Plano Médio</b>	Enquadra a personagem acima da cintura, acentuando a atenção a ela enquanto mantém o cenário presente.
<b>Plano Próximo</b>	Enquadra do peito para cima; utilizado para dar ênfase na fala ou sentimento da personagem.
<b><i>Close-up</i></b>	Quando foco se concentra em algo, seja no rosto da personagem, dando ênfase às suas expressões ou fala, seja em um objeto ou ação, tornando-o figura central da cena.
<b>Plano Detalhe</b> ( <i>Super-close</i> ):	É o plano mais fechado, que mostra apenas uma parte do rosto da personagem, da ação ou do objeto. Enfatiza detalhes pouco evidentes em uma cena, mas que o diretor quer ressaltar em sua narrativa.

**Nota.** Fontes: Adaptação de Feitosa, C. (2017). *Introdução ao Cinema - Nível básico* [Arquivos de vídeo]. (Curso Livre online. Duração: 32h). Brasil: Render Cursos Ltda. Recuperado de <http://www.render.com.br>  
Adaptação de Torres, M. (2016). Os Enquadramentos do Cinema. *Design Culture*. Recuperado em 26 de janeiro de 2018, de <http://www.designculture.com.br/os-enquadramentos-do-cinema/>.