

O FETICHE-CINEMA CONTRA O CINEMA-UTOPIA CINEMA MERCADORIA, REIFICAÇÃO E RESISTÊNCIA

Ronaldo Rosas Reis¹

Uma relação social definida, estabelecida entre os homens, assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. [...] É o que ocorre com os produtos da mão humana, no mundo das mercadorias².

APRESENTAÇÃO

O tema e objeto de análise da presente comunicação é o fetichismo da *mercadoria cinema* e a questão da luta de classe na esfera cultural. Nela busco explicitar algumas considerações críticas com base em análises que venho realizando a alguns anos acerca da subordinação da atividade cinematográfica mundial ao *mainstream* hollywoodiano sobre o papel do artista e intelectual no contexto do que a esquerda em geral denomina como “resistência”.

Face às renovadas malandragens do “comitê gestor dos assuntos da burguesia”³ utilizadas para cooptar artistas e intelectuais, o esforço da esquerda em geral e dos marxistas em particular para responder convincentemente às dúvidas acerca da relação do intelectual orgânico com o Estado burguês e sobre a autonomia da produção artística e intelectual está longe de ser mero exercício retórico. Por conseguinte, há que se debater o caráter daquilo que está sendo apreendido e denominado como “resistência”. Por vezes tal denominação se mostra tão flexível e tolerante ao ponto de revelar de imediato a flacidez ideológica de quem a aplica. No extremo oposto, a denominação se mostra tão rígida e impenetrável à dialética que revela o niilismo metafísico de quem a utiliza.

Além desta apresentação a comunicação está organizada em três seções.

Na primeira delas farei uma breve descrição das características gerais da atividade produtora da *mercadoria cinema* sob o regime de acumulação fordista, tendo como referência a indústria cinematográfica norte-americana. Ainda nesta seção procurarei mostrar que não obstante a existência de uma acentuada distância entre o desenvolvimento da atividade cinematográfica nos EUA e em outros países, a forma

¹ Doutor em Comunicação e Cultura (UFRJ) com Pós-Doutorado em Educação (UFMG). Professor Associado da Faculdade de Educação e do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal Fluminense. Pesquisador do CNPq - <ronaldo.rosas@globocom>

² MARX, Karl. *O capital*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

³ MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. *O manifesto comunista*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2004.

geral da *mercadoria cinema* permanece inalterada nestes últimos. De maneira a apreender as conseqüências disso no plano estratégico, examinarei na segunda seção o modo como as *holdings* que compõem o *mainstream* hollywoodiano operam metamorfoses teleológicas no campo estético-cultural e político com a intenção de manter a direção político-econômica da atividade cinematográfica mundial, e, portanto, a hegemonia ideológica na esfera cultural de diversos países. A título de conclusão, abordarei o tema da resistência, examinando alguns aspectos relacionados com a questão da luta de classe na cultura, conforme antecipado no início desta apresentação.

Antes, porém, de finalizá-la, quero esclarecer aos possíveis ouvintes e leitores desta comunicação para o fato de que ela teve como inspiração a obra do marxista norte-americano Fredric Jameson, autor de um grande número de ensaios e livros sobre a cultura contemporânea, em especial os ensaios reunidos no livro *As marcas do visível*⁴. Tal inspiração motivou-me há alguns anos atrás a elaborar três reflexões sobre cinema que cheguei a publicar anteriormente sob a forma de artigos e ensaios como parte do meu percurso como bolsista do CNPq. São eles: o artigo “Cinema, multiculturalismo e dominação econômica”, publicado em 2005 na revista *Crítica Marxista* nº. 20; o ensaio “Cinema brasileiro, público e educação”, inserido no livro de minha autoria *Educação e estética. Ensaio sobre arte e formação humana no pós-modernismo*, publicado em 2006 pela Cortez, e o ensaio “Os dois mundos de Alexander K. Classe, consumo e cultura em *Adeus, Lênin!*”, inserido no livro *A diversidade cultural vai ao cinema*, organizada pelos professores Inês Teixeira e José de Souza Miguel para a editora Autêntica. Em conjunto constituem o meu ponto de partida para esta comunicação.

CINEMA INC. PARTE I: CINEMA MERCADORIA

A despeito dos insistentes esforços de alguns países no sentido de organizarem nacionalmente as atividades cinematográficas sob o regime de acumulação *fordista* – notadamente a Alemanha, a Itália e a França, na Europa, o Japão, a Índia e Taiwan, na Ásia, e o Brasil e México, na América Latina –, coube somente aos EUA fazê-lo plenamente. Com efeito, desde o fim da Segunda Guerra Mundial, há setenta anos aproximadamente, os norte-americanos não apenas concentram a quase totalidade mundial de estúdios cinematográficos, mas, sobretudo, concentram o maior número de

⁴ JAMESON, Fredric. *Op. cit.*

corporações que compõem a cadeia produtiva industrial conforme o modelo clássico do *fordismo*.

Conforme salientei num dos artigos citados acima, o fato de um filme exigir uma divisão de tarefas em que sob muitos aspectos se assemelha aos procedimentos adotados na fabricação de um artefato industrial qualquer, além de um montante de recursos elevado, não o qualifica, nem de forma necessária e nem suficiente, como um produto industrial. Se considerarmos rigorosamente a atividade cinematográfica no contexto de uma cadeia produtiva industrial complexa, chegaremos à conclusão, grosso modo, que do trabalho de extração da matéria-prima da película do filme ao trabalho do bilheteiro e do pipoqueiro nas salas de exibição, tudo concorre para a realização do fetiche *mercadoria cinema*. Portanto, nesta cadeia, somada ao trabalho industrial dos fabricantes de películas e reagentes químicos, dos fabricantes de lentes e equipamentos óticos e de tecnologia digital, e dos fabricantes de máquinas e equipamentos mecânicos (gruas, trilhos etc.), conta-se, ainda, dezenas de atividades manufatureiras (marcenaria, serralharia, alfaiataria, vidraçaria etc.) e artesanais (pintores, escultores, ceramistas etc.). E, mais, o trabalho de argumentistas, roteiristas, atores, diretores, cinegrafistas, iluminadores, cenógrafos etc., além do trabalho de produção, pós-produção, edição, publicitário, distribuição e exibição do filme, incluindo nessa extensa cadeia os bilheteiros e pipoqueiros.

Ao deter o monopólio dos meios de produção, incluindo a propriedade intelectual do produto do trabalho, o domínio da distribuição, da circulação e da exibição comercial do produto mundialmente, incluindo vídeos, DVDs, CDRoms e meios digitais *on line*, as corporações cinematográficas norte-americanas pressionam intensamente os realizadores de outros países, com a intenção deliberada de impedir o crescimento do público, e, por conseguinte o lucro e o progresso dos cinemas nacionais⁵.

De um modo geral, salvo raríssimas exceções, nesses países a atividade cinematográfica restringe-se à realização do filme, e, na medida dos acordos firmados com os cartéis norte-americanos, a uma pequena participação no lucro da distribuição e da exibição⁶. Ainda de acordo com a análise que realizei, dadas tais circunstâncias adversas, os realizadores nacionais historicamente se vêm impedidos de expandir a

⁵ REIS, Ronaldo Rosas. “Cinema brasileiro, público e educação” *Op. cit.*

⁶ Na Índia, excepcionalmente, dada as características singulares da sua cultura e da forma como o cinema lá se desenvolveu sob o capitalismo, criou-se um mercado interno exclusivo para os filmes produzidos em Bollywood, o similar indiano de Hollywood.

atividade cinematográfica segundo o regime de acumulação *fordista* pleno. Por conseguinte, freqüentemente eles dedicam-se a alimentar junto à *intelligentzia* pequeno burguesa – os famigerados formadores de opinião – um crescente antagonismo face aos interesses dos cartéis norte-americanos. Não obstante o caráter fundamentalmente econômico desse antagonismo, o discurso de enfrentamento ao capital internacional move-se apenas na superestrutura, e quando ele não está emitindo sinais contraditórios é simplesmente falso.

Quanto a este último aspecto, a história do cinema brasileiro é pródiga em “protestos veementes” de produtores e realizadores nacionais contra a dominação econômica de Hollywood. Na verdade, tal radicalidade oculta uma briga interna entre empreendedores concorrentes para conquistar uma fatia maior no lucro da distribuição e da exibição. Quanto aos tais sinais contraditórios é comum observar os realizadores nacionais apontando, numa direção, para uma demanda ideológica nacionalista com apelos freqüentes à preservação de suas respectivas identidades culturais e à defesa de uma tradição cinematográfica própria. Subsidiariamente, alegando falta de recursos financeiros para enfrentar as pressões externas, exigem dos respectivos governos e parlamentos nacionais a adoção de reserva de mercado e renúncia fiscal do Estado. Noutra direção, sob o pretexto de manterem-se competitivos num mercado fortemente marcado pela concorrência internacional, os realizadores nacionais sinalizam para as *holdings* um produto final modelado segundo o figurino ditado pelo *telos* estético-político do *mainstream* hollywoodiano.

CINEMA INC. PARTE II: METAMORFOSE TELEOLÓGICA E REIFICAÇÃO

Sabemos todos que para manter o desenvolvimento das forças produtivas sob seu controle, a classe dominante necessita controlar permanentemente o determinante tempo-espço do trabalho. Manter essa determinante sob controle significa exercer o domínio científico, racional, sobre o ciclo produtivo e, portanto, significa manter a forma geral da propriedade. Importa dizer com isso que a manutenção do controle sobre o tempo-espço do trabalho requer uma forma de consciência específica de dominação: a ideologia.

Conquanto a ideologia tenha se revestido historicamente de diferentes formas e manifestações discursivas, penso que o sentido fundamental apreendido em Marx e Engels não se modificou. Isto é, a ideologia é uma “consciência falsa da realidade”. Em todas as épocas a ideologia não pode prescindir de um corpo discursivo para dar forma

às idéias do pensamento dominante. É no interior desse corpo discursivo que as demandas ideológicas da classe dominante são constituídas, impondo a necessidade da construção de um *telos* capaz de ajustá-las às novas configurações políticas surgidas na conjuntura. Dada o acirramento de conflitos de classe em uma determinada conjuntura, à classe dominante se impõe construir e reconstruir o *telos* a ser perseguido por toda a sociedade, sendo tal processo de ajuste o que caracteriza a metamorfose teleológica.

Para explicar o caráter flexível do *telos* recorro a uma idéia elaborada num dos textos citados na apresentação deste trabalho, o que me obriga a fazer uma breve digressão sobre o assunto⁷.

Na sua mais conhecida obra, *Tudo que é sólido desmancha no ar*, Marshall Berman chama a nossa atenção para uma das “imagens mais poderosas da vida moderna constante no Manifesto Comunista”: o desnudamento do homem pela classe burguesa. Para Berman, ao fazerem alusão ao simbolismo da nudez do homem, Marx e Engels destacam um movimento dialético entranhado na própria origem da burguesia enquanto classe social⁸. Despido de poder político e dignidade humana pela nobreza absolutista, o homem burguês se vê obrigado a enfrentar toda a sorte de adversidade, fazendo-se ser humano por si mesmo. Se, no ponto de partida, o movimento é francamente trágico, já o seu final é feliz. Em outras palavras, ao protagonizar esse movimento dialético, o homem nu burguês, mediante uma engenhosa elaboração, metamorfoseia-se no “homem feliz”. Não obstante o individualismo que lhe é marcante, o “homem feliz” burguês, porém, somente pode se reconhecer como tal se mediado por outro olhar. Explica-se assim a sua necessidade de criar uma imagem ou *telos* representativo de um conjunto de “homens felizes”, cujo objetivo estratégico é formar uma classe legitimadora da sua condição. Explica-se, dessa forma, o caráter flexível, adaptável por assim dizer, do *telos* às circunstâncias que se apresentam.

Não por acaso nem por coincidência as estratégias mercadológicas dos cartéis dos estúdios norte-americanos ao metamorfosearem o *telos* incluem nos seus esquemas de financiamento até mesmo o que lhes é declaradamente adverso quer como estética cinematográfica – linguagem e estilo – quer como conteúdo político e ideológico.

Com efeito, ao longo da história centenária do cinema não foram poucas as vezes que o cinema europeu e de outras partes do mundo disputou – vale salientar,

⁷ REIS, Ronaldo Rosas. “Os dois mundos de Alexander K. Classe, consumo e cultura em *Adeus, Lênin!*”. In TEIXEIRA, Inês e MIGUEL, José de Sousa. *A diversidade cultural vai ao cinema*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

⁸ BERMAN, Marshall. *Op.cit.*

sempre em condições desiguais – com o cinema norte-americano a admiração e a simpatia do público em vários continentes. Alguns sentimentalistas entusiasmados chegam a considerar “heróicas” as realizações de cineastas como Vertov, Eisenstein, Fritz Lang, Godard, Truffaut, Buñuel, além de Visconti e Rossellini fazendo frente às superproduções hollywoodianas. Outros ainda mais românticos referem-se alucinadamente ao “enfrentamento” de Kurosawa, de Fassbinder ou de Glauber Rocha ao cinema norte-americano, como uma “loucura épica”.

Todavia, sabemos todos que a despeito da real admiração do público pelas obras dos cineastas mencionados, em grande parte ele se move muito mais porque tocado por um sentimento anti-americanista anódino do que por outro motivo qualquer. Cego, esse público alimenta a falsa idéia de uma disputa teleológica acirrada, quando, na verdade, o que se observa é uma disputa episódica que atende aos interesses do *mainstream* hollywoodiano. Isto porque a despeito de qualquer crítica adversa, o controle da produção e da circulação da totalidade dos gêneros de filme (drama, comédia, ação, aventura, guerra, policial etc.) realizados dentro e fora do EUA jamais deixou de estar sob o comando dos executivos e prepostos internacionais dos cartéis dos estúdios de Hollywood e do seu ideário liberal anticlassista e antimarxista. Portanto, sendo a principal dificuldade do artista-intelectual a de operar no nível estrutural com os aspectos concretos do fetichismo da *mercadoria cinema*, é neste momento que se revelam com toda a crueza os dilemas e impasses do cinema em particular e da arte em geral de lutar com liberdade e autonomia no sentido contra-hegemônico.

A tese de que a vida cultural está subordinada dialeticamente a uma dada estrutura econômica vigente, constitui uma das mais importantes contribuições de Marx e Engels para o estudo da ideologia. Inúmeros estudiosos do século XX, declaradamente marxistas ou não, têm se debruçado sobre ela, ampliando o seu escopo, contudo sem alterar o que nela é fundamental. Ou seja, o conceito de que sendo a estrutura econômica baseada na propriedade particular dos meios de produção e circulação de mercadorias, como no capitalismo, a vida cultural refletirá essa determinante.

Com efeito, sob o capitalismo, a autonomia adquirida pela vida cultural em relação à estrutura econômica decorre do conflito existente entre interesses de classes sociais distintas, levando muita gente a imaginar que ao adquirir tal autonomia a cultura seja capaz de modificar radicalmente a estrutura econômica. No entanto, a contradição produzida pelo conflito de interesses é efêmera, porquanto circunscrita à esfera

intelectual. Assim, a duração da contradição leva apenas o tempo suficiente para que a estrutura a absorva e a devolva à vida cultural como consciência reificada.

A reificação da consciência corresponde, em linhas gerais, a algo como “mudar para que tudo seja mantido como está” (conforme diria o personagem central, Salina, vulgo “O Leopardo”, no romance homônimo do escritor italiano Giuseppe Tomasi Di Lampedusa e levado às telas por Luchino Visconti, em 1958). Sendo menos breve, tal processo de “mudança-manutenção” é o que permite à burguesia impor a sua hegemonia cultural numa sociedade dividida em classes, admitindo, inclusive, a existência de formas de manifestações culturais antagônicas ao seu próprio estatuto. É o que lhe permite, por exemplo, absorver determinadas manifestações estéticas contrárias à sua visão de mundo, como a contracultura “*hippie*” e “*punk*”, devolvendo-as à circulação sob uma forma palatável à sua própria cultura, ou seja, como mercadoria.

Para o filósofo alemão Wolfgang Haug, a estética da mercadoria no mundo capitalista é comparável à linguagem amorosa utilizada pelos amantes: “quem busca o amor faz-se bonito e amável”, diz ele⁹. Citando Marx (“a mercadoria ama o dinheiro”), Haug chama a atenção para o fato de que “um gênero inteiro de mercadorias lança olhares amorosos aos compradores” imitando o cortejo que fazemos à pessoa amada (Idem). Nesse sentido, o argumento do semiólogo francês Roland Barthes de que na cultura burguesa não existem “mitos inocentes” parece-me extremamente pertinente¹⁰. Para ele, a existência de mitos ‘simpáticos’, como a contracultura, jornalismo a favor, filmes anti-americanos, cinema-verdade, arte de vanguarda e poesia marginal, por exemplo, não elide o fato de serem produtos de uma expropriação capitalista. Por esse motivo, Barthes diz ser impossível despojar o mito de sua representação ideológica e tentar entendê-lo apenas como um hábito de consumo da vida cotidiana¹¹.

CINEMA-UTOPIA: CONSIDERAÇÕES CRÍTICAS PARA O DEBATE

Quem teve paciência para me acompanhar até aqui a esta altura deve estar considerando fortemente a possibilidade do autor deste trabalho encaminhar suas conclusões para uma espécie de baixio niilista onde o que ainda resta de esperança na humanidade naufragará sem qualquer resistência. Algo da ordem de uma entrega ao negativismo desesperador contido nas idéias difundidas pelos teóricos frankfurtianos

⁹ HAUG, Wolfgang Fritz. *Crítica da estética da mercadoria*. São Paulo: Unesp, 1930, p.30.

¹⁰ BARTHES, Roland. *Mitologias*. São Paulo: Difel, 1982.

¹¹ Idem.

acerca da inexorabilidade da instrumentalização dos meios/fins do cinema ou de qualquer outro artefato produzido pela indústria cultural.

Certamente que não terei tempo/espço para atualizar aqui a discussão sobre a redução de tudo à dimensão estética da mercadoria da forma que é operada na teoria crítica sobre a cultura de massa. Posso adiantar, contudo, que o fecho que pretendo oferecer não é bem assim, muito embora freqüentemente sejamos instados a lembrar que algumas das mais lúcidas e criativas experiências cinematográficas classistas antiburguesas levadas a cabo no século XX e em anos recentes, são hoje objetos de culto da burguesia. Não raramente chega a ser constrangedor observar celebridades e acólitos intelectuais do mundo burguês deleitando-se com o *Ivan, o terrível* (1942), de Eisenstein, *Ladrões de bicicleta* (1948), de Vittorio de Sica, *Eles não usam black-tie* (1981), de Leon Hirzman, ou, ainda, *O Corte* (2005), de Costa-Gavras para ficarmos com poucos exemplos.

A despeito disso concordo com Fredric Jameson quando ele diz ser possível à arte exercer uma contra-hegemonia autêntica, de maneira que o nosso imaginário mais profundo reacenda o fio utópico de uma sociedade não privatizada, não psicologizada, não obcecada por mercadorias. Enfim, uma sociedade verdadeiramente harmoniosa. Neste sentido, ele chama a atenção tanto para a existência de produções culturais ainda não totalmente contaminadas pela fantasmagoria da mercadoria, como, por exemplo, aquelas produções que podem recorrer à “experiência coletiva dos bolsões marginais da vida social [...] onde as formas de solidariedade humana coletiva não tenham sido penetradas pelo mercado”¹². Contudo, reconheço também, como Jameson, que o grande desafio colocado para o artista e intelectual marxista é buscar insistentemente formas de exercer a resistência por dentro do sistema sem que isso signifique deixar-se cooptar por ele. No caso do cinema, dada às circunstâncias que envolvem a produção de um filme, tal desafio talvez deva ser buscado insistentemente na própria narrativa cinematográfica.

Penso, nesse sentido, na importância crescente da utilização da alegoria como esquema interpretativo para forçar a expansão de determinados temas circunscritos aos valores e crenças burgueses, indo além e contra, ainda que debilmente, ao admitido pelo *mainstream*. Walter Benjamin, em 1939, no seu conhecido ensaio sobre a reprodutibilidade da obra de arte, afirma que assistir a um filme é ter a sensibilidade golpeada intermitentemente pela mudança de lugares e ângulos das imagens, cujo efeito

¹² JAMESON, Fredric. *As marcas do visível*. Op. cit. pp. 34-35.

é uma “distração intensa”. Tal efeito decorre do fato da imaginação do espectador vagar livremente entre o sonho e a realidade, podendo resultar numa positividade ou numa negatividade. Benjamin exemplifica esses resultados utilizando, no primeiro caso, os filmes de Chaplin, dizendo que diante de seus filmes o “público se torna progressista”. No segundo caso, os filmes do camundongo Mickey, ele diz que “o público se aliena”. Para ele, os esquemas representacionais alegóricos utilizados por Chaplin em *Tempos modernos* (1936), por exemplo, expõe em tom paródico, quase burlesco, as desventuras do personagem-máquina sob o aparato *fordista* evidenciando sutilmente a questão nuclear do tema do filme: a luta de classes.

Sem me estender demasiado, certo é que qualquer que seja esquema interpretativo ou opção estilística do realizador de filmes para exercer a resistência contra-hegemônica por dentro do sistema, ele se encontra diante do desafio de “iludir” o *mainstream* hollywoodiano. Seja o sistema genuíno ou caboclo, o realizador de filmes deverá apresentar como proposta algo que não corresponde, necessariamente, ao objeto real a ser desenvolvido epistemológica e metodologicamente no filme realizado.

Para concluir, vou repetir o que disse recentemente numa entrevista.

Toda vez que entro em sala de aula ou escrevo um artigo penso no meu trabalho de educador e me sinto na obrigação moral de lutar no meu campo e, com as minhas armas para reverter o quadro de barbárie capitalista em que nos encontramos. Se pessoalmente alimento a esperança de continuar resistindo, mesmo sabendo das enormes contradições da minha *práxis*, não poderia deixar de alimentar a esperança de que a arte em geral e o cinema particularmente possa oferecer uma resistência mais intensa e de muito melhor qualidade para o público do que a que está atualmente sendo oferecida.

REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. *Mitologias*. São Paulo: Difel, 1982.
- BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e técnica*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar. A aventura da modernidade*. São Paulo: Cia das Letras. 1987.
- HAUG, Wolfgang Fritz. *Crítica da estética da mercadoria*. São Paulo: Unesp, 1979.
- JAMESON, Fredric. *As marcas do visível*. Rio de Janeiro: Graal, 1995.
- MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. *A ideologia alemã*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

- _____. *O manifesto comunista*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2004.
- MARX, Karl. *O capital*. Livro I, Vol. I. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.
- REIS, Ronaldo Rosas. *Estética e educação. Ensaio sobre arte e formação humana no pós-modernismo*. São Paulo: Cortez, 2006.
- _____. “Os dois mundos de Alexander K. Classe, cultura e consumo em *Adeus, Lênin!*”. In TEIXEIRA, Inês e MIGUEL, José de Souza. *A diversidade cultural vai ao cinema*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- _____. “Cinema, multiculturalismo e dominação econômica”. In *Revista Crítica Marxista n.º 20*. Campinas e Rio de Janeiro: CEMARX e Revan, 2005.
- _____. “Trabalho no cinema”. Entrevista para a Revista Eletrônica do Instituto Humanitas Unisinos, <www.unisinos.br/ihu/index.php?option=com_noticias&Itemid=29&task=detalhe&id=5354>, 08/03/2007.