

## A Subversão no Cinema e a Satisfação do Espectador<sup>1</sup>

Rafael Fernandes de Freitas<sup>2</sup>

Universidade Federal de Goiás

### Resumo

*Este artigo é um estudo sobre a subversão no Cinema. Subversão enquanto temática. Sob a ótica da teoria crítica das comunicações de massa fixa-se o quadro da condição do indivíduo na sociedade pós-industrializada e as suas necessidades suprimidas pela organização do sistema capitalista. O desejo subversivo encontra nessa configuração seu germe, e, nos meios de comunicação, sua satisfação efêmera. O Cinema se coloca nesse contexto como o mais eficaz entre os meios de satisfação das necessidades do sujeito através da Comunicação de Massa, e, particularmente, da vontade de subverter, concretizada em diversos filmes e personagens do cinema hollywoodiano.*

**Palavras-chave:** subversão; cinema; comunicação de massa.

### Abstract

*This article is a study of subversion in Film. Subversion as theme. From the perspective of the Critical Theory of Mass Communication it's established the individual's condition in the industrial society and his needs, suppressed by the capitalist system organization. The subversive desire finds in that configuration its germ and, in the media, its ephemeral satisfaction. In this context, the Cinema is the most effective way of satisfaction of subject's needs by mass communication and, particularly, of the wish to subvert, which is concretized in many films and characters from Hollywood.*

**Keywords:** subversion; cinema; mass communication.

### INTRODUÇÃO

A psicanálise define o sujeito a partir de sua experiência com a linguagem. Segundo Freud, e também os posteriores estudos de Lacan, o contato com a linguagem rompeu a ligação do homem com a natureza, privando-o de seu comportamento instintivo. A linguagem

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT3 – Estudos Interdisciplinares em Audiovisual da I Semana do Audiovisual da UEG – SAU, realizada de 27 a 30 de setembro de 2011, em Goiânia-GO.

<sup>2</sup> Graduando em Comunicação Social, habilitação Jornalismo pela Universidade Federal de Goiás, com trabalhos e pesquisas na área de Cinema. [rafaelfsc@hotmail.com](mailto:rafaelfsc@hotmail.com)

também lhe propiciou questionar, refletir sobre si mesmo, sobre o mundo. Convocado a produzir sentido, através das palavras o homem tenta explicar a experiência de vida. “[...] a imersão do homem na linguagem foi também sua entrada na razão e/ou civilização, foi seu pecado original, [...] seu recalque original” (FRANÇA, 2010, p. 117). Freud definiu este ser como o sujeito castrado, que Lacan retoma como um sujeito barrado, marcado pela falta, que o faz desejar. “É esse sujeito barrado, faltoso, castrado que possibilita de alguma forma o sujeito desejante, criador do cinema” (FRANÇA, 2010, p. 118). O indivíduo, dividido pela consciência, desejos e necessidades transforma-se em sujeito, em subjetividade.

A sociedade de massa, conforme a ótica da Teoria Crítica da comunicação, é dominada pelo capital, pela mercadoria; e o indivíduo é regido pelo trabalho, sua condição sendo definida por sua classe social. Como na Psicanálise, para a escola de Frankfurt o indivíduo está apartado, isolado, não apenas da natureza, mas também da sociedade, com quem suas relações são meras conseqüências do papel que ele desempenha. “A individualidade é substituída pela pseudo-individualidade: o sujeito se encontra vinculado a uma identidade sem reservas com a sociedade” (WOLF, 20087, p.78). Para Adorno, o que a filosofia denominava de vida reduziu-se ao privado, e depois ao puro e simples consumo. A Indústria Cultural com sua padronização, repetição diferente do mesmo e adequação às necessidades do consumidor, não o faz soberano, mas o transforma em seu objeto.

Edgar Morin, em seus estudos sobre Cinema, elabora o conceito de magia, no qual o sujeito está em contato direto e objetivo com o mundo, ainda não traído pela consciência, pela subjetividade. A magia seria o primeiro estágio do ser humano, da criança; a visão primeira de mundo seria mágica, uma vez que real, sem mediações, alienada: o indivíduo vivo, não o sujeito vivendo. A evolução do indivíduo ou de sua raça, a racionalidade, desmagifica o universo e interioriza a magia, atrofiando “a vida ‘interior’ e afetiva”. Morin ainda especifica o estado de alma, que seria uma metáfora para designar materialmente nossas necessidades indeterminadas.

É certo que subsistem enormes redutos de magia, tanto na vida pública como na vida privada, aglutinados em volta dos tabus do sexo, da morte, do poder social. [...] Dissemos nós que a magia se deixa reabsorver inteiramente pela alma, e que esta é, por si própria, um resíduo semifluido, semirreificado da magia (MORIN, 1958 in: Xavier, 2003, p. 148).

Abordado por tantas áreas de estudo, as quais chegaram, por caminhos diferentes, a conclusões muito semelhantes, o sujeito nas sociedades modernas é, consensualmente, incompleto, roto, e, não raro, oco. Algo lhe foi tomado pela civilização ou pela consciência; é

um ser privado da experiência real e objetiva da vida. A vida nas comunidades pós-industriais priva o homem do contato humano original, baseado na identificação, na sensualidade e nas sensações para lhe entregar relações pré-determinadas, enquadradas e desmotivadas: contatos deslocados com o chefe, os colegas, os empregados, os clientes, a esposa, a família. Essas privações causam-lhe angústias, inundam seu inconsciente de desejos, necessidades; aflora fantasias que intentam materializar tais aspirações no mundo concreto. A subjetividade suplica uma satisfação, e chega, às vezes, ao cúmulo da alucinação, que a objetiva.

Expostas as necessidades que acometem o sujeito castrado de Freud, o ser arrebatado de sua natureza, focar-se-ão os processos e os meios pelos quais são buscadas as satisfações dessas necessidades. Apesar de haver outras formas de satisfação, os meios de comunicação se configuram na sociedade de massa como uma das principais fontes de alívio das tensões e desejos reprimidos. Os mecanismos de satisfação da mídia serão abordados à luz da teoria crítica. Já as técnicas destinadas ao mesmo fim, dispensadas pelo Cinema, especificamente, serão trabalhadas através de críticos reconhecidos da literatura cinematográfica.

## **NECESSIDADES**

Para Morin, as necessidades do sujeito são aquelas de todo o imaginário, dos devaneios, da magia, da estética: “aquelas que a vida prática não pode satisfazer” Necessidades que temos de fugir a nós mesmos e de nos perdermos; de esquecer e romper com os nossos limites; de participarmos do mundo mais ativamente, de forma melhor, “ou seja, no fim de contas fugirmo-nos para nos reencontrarmos”. Os nossos desejos são a busca do nosso inconsciente pela magia perdida, são os nossos sonhos – estados subjetivos – procurando desligarem-se de nós para tomar forma no mundo. “Necessidade de nos reencontrarmos, de sermos mais nós próprios, de nos elevarmos à imagem desse duplo que o imaginário projeta em mil e uma vidas extraordinárias” (MORIN, 1958, p. 170).

Sob a visão crítica elaborada pela escola de Frankfurt, as necessidades do sujeito são definidas historicamente. Segundo Ciro Marcondes Filho (FILHO, 1988) no contexto da sociedade de massa, as necessidades estão diretamente ligadas à experiência de vida, às relações com a sociedade e aos mecanismos que bloqueiam as aspirações e desejos. O sujeito da massa é constantemente impedido de satisfazer suas vontades pessoais pela estratificação social, pela organização do trabalho e do tempo livre imposta pelo capital, e pelo consumo que se torna a única forma de busca de satisfações, mas que não as realizam de fato. A

Indústria Cultural é ainda catalisadora desse processo ao expor à massa produtos com promessas de felicidade, sensualidade e realização.

Ao provocar pseudo-satisfações, o consumo acaba por gerar novas necessidades ou aprofundar as já existentes. Michael Buselmeier (BULSEMEIER, 1974) distingue quatro tipos de necessidades verificáveis na sociedade de massa. Necessidades básicas materiais, como dormir, comer, beber e o impulso sexual. As necessidades e desejos materiais, que se configuram em aspirações e modelos de vida criadas pelo capitalismo e cuja satisfação é negada à massa, à qual restam os desejos de consumo, maquiadores da incapacidade de atingir tais modelos. Esse tipo de necessidade é moldada “na forma específica de classe”. Os desejos infantis, necessidades de calor, proteção, carinho, reconhecimento, harmonia, felicidade e sensualidade que surgem como lembranças infantis faltosas. Necessidades morais-estéticas, liberdade, emancipação, autodeterminação, reciprocidade, ruptura.

Ulrich Reyher afirma que “necessidades são expressões socialmente transmitidas de experiências de carência”. Ele aponta ainda que a Indústria Cultural faz uso dos desejos infantis para a formação da estética da mercadoria, para que dela o consumidor desfrute, para que a sensualize, e que nela objetive suas necessidades. As necessidades são fixadas como medida de troca. Assim, os meios de comunicação de massa deformam uma experiência de carências como se fosse um universo de ideais sociais encontrados nas “imagens latentes da história pré-capitalista, que se depositaram coletivamente como resíduos históricos de lembranças da espécie.” (REYHER, 1974, p. 121). Assemelha-se isto a idéia de magia defendida por Edgar Morin.

Ciro Marcondes Filho (FILHO, 1988) aponta que as necessidades naturais, ou básicas, são postas em segundo plano diante da força que promove as necessidades de consumo, satisfeitas artificialmente com símbolos de classe e relacionadas a contextos sociais determinados. A situação de carência vivida cotidianamente, sem que haja em sua vida ocorrências excepcionais, retira do sujeito o prazer de viver. As péssimas relações sociais, a lógica do consumo, do rendimento e a individualização crescente lhe negam experiências reais, concretas e que satisfaçam seus desejos primários. O sujeito carente, deslocado, porém almeiante e sonhador, é a vítima, ou a semente, notável da configuração e da produção dos meios de comunicação de massa, entre eles o Cinema.

## **SATISFAÇÕES**

Na Indústria Cultural, a oferta dos meios de comunicação de massa consiste basicamente em mercadorias de entretenimento correspondentes às necessidades de extravasamento do público: suas fantasias, seus interesses libidinosos e sua consciência. A mídia se guia pela idéia que ela própria divulga de que os indivíduos nasceram para serem felizes, e como não o são, pedem por recompensas a todo tempo, clamam por essa felicidade. “A oferta dos meios de comunicação tem valor de uso na medida em que compensa a curto prazo as frustrações sofridas no trabalho, na família e na educação” (BUSELMEIER, 1974, p. 52). No momento de lazer, o trabalhador pode, efemeramente, viver através do entretenimento.

Para este homem, para esta mulher, a vida que a televisão mostra é uma verdadeira troca, com vantagem, da sua vida real. A emoção que a mulher sente pela novela e o homem pelo esporte ou a atração que ele tem pelas vedetes do vídeo, os fazem viver por meio da televisão. A televisão possibilita uma vida real, uma prática de emoções, de sentimentos, de alegrias e de tristezas, de sensações sexuais, que a vida real não mostra de forma alguma (FILHO, 1988, p. 30).

Reyher explica a sensualização das mercadorias através da contradição crescente que se apresenta entre o vazio do “trabalho abstrato” e da objetividade das relações sociais, de um lado, e o desprender dos sentidos, a libertação da opressão mecânica, pelo acesso às mercadorias, de outro. As experiências de sensibilidade reais, que adviriam do trabalho e das relações sociais naturais, são avivadas na lembrança do sujeito na medida em que fica clara essa contradição. “Nesse sentido, a simples ‘promessa de valor de uso’ não mais satisfaz como atrativo para a venda (ou seja, o realce do caráter natural de uma mercadoria). Na propaganda das mercadorias, então, precisarão entrar ‘as promessas de sensualidade’” (REYHER, 1974).

Marcondes Filho cita Jean Baudrillard (FILHO, 1988, p. 37) e seu exemplo do uso que o entretenimento faz das faltas do sujeito no caso do streap-tease. Para Baudrillard essa descoberta moderna do corpo evidencia a divisão fundamental do sujeito e tenta restaurar ao indivíduo (sujeito não dividido pela consciência), não alma ou espírito, mas um corpo seu, que lhe seja expoente de beleza e felicidade. Essa oferta, no entanto elimina e mascara a divisão, a distância entre o sujeito e sua própria experiência física. A concretização dos desejos se dá através do outro, de um produto, e não consigo mesmo. Assim é arranjado todo o conteúdo dos meios de comunicação, onde não aparece a negação, o conflito, apenas a imagem de felicidade forjada. Buselmeier aponta que os meios querem fazer esquecer que a necessidade de entretenimento do sujeito se dá pela forma como ele precisa ganhar seu

sustento, pelo modo como ele está inserido, deslocadamente, na sociedade (BUSELMEIER, 1974, p. 61).

Para Freud, quando a realidade impede a satisfação dos desejos infantis, eles buscam satisfações de forma substitutiva, através de fugas. Essa satisfação substitutiva se dá justamente no consumo do entretenimento. A situação degradante leva o sujeito a fantasiar e os meios de comunicação materializam essa fantasia. Porém, a prática, a atitude real, os meios não podem propiciar. Os desejos não realizados sobrevivem e prendem-se às mercadorias. Os textos midiáticos não sugerem mudanças ou inter-relações, ao contrário, depositam no espectador a culpa pelo insucesso, ao mesmo tempo em que o consola e indica que tudo ficará bem. “A situação de carência, aparentemente encoberta, torna-se consideravelmente aguda [...] desejos não satisfeitos permanecem” (BUSELMEIER, 1974, p. 49).

## **SATISFAÇÕES NO CINEMA**

O Cinema, segundo Béla Balázs, manifesta sua “absoluta novidade artística” devido ao seu efeito de identificação sem precedentes em qualquer outra forma de arte. Através da câmera, que nos leva a ver o mundo representado de seu interior, como se nele estivéssemos; por vermos com o olhar das personagens; por nada precisar ser-nos dito no filme, pois tudo vemos e ouvimos, é que o Cinema propicia a identificação do olhar, e com ele, da consciência. “Nossos olhos estão na câmera e tornam-se idênticos aos olhos dos personagens. Os personagens vêem com os nossos olhos. É neste fato que consiste o ato psicológico de ‘identificação’” (BALÁZS, 1945, p. 85).

Balázs fala ainda da característica antropomórfica da percepção humana, segundo a qual atribuímos a tudo uma fisionomia significativa, traços ou tendências humanas. “Este mundo antropomórfico é o único assunto possível de toda a arte” (BALÁZS, 1945, p. 99). Através da angulação e do enquadramento é que se torna possível estabelecer a identificação emocional do espectador com as personagens por meio da escolha de um ângulo ou composição que favoreça esta ou aquela sensação, por meio do antropomorfismo. Edgar Morin destaca ainda um processo posterior ao antropomorfismo, o desdobramento, no qual projetamos nosso ser individual numa alucinação, onde nos vemos, vemos ao nosso espectro corporal. O antropomorfismo e o desdobramento seriam então momentos mágicos (MORIN, 1958). Prova da intensidade dos fenômenos de projeção-identificação no Cinema, para Morin, é o conhecido efeito Kuleshov

Sobre a identificação, o autor defende que “o sujeito, em vez de se projetar no mundo, absorve-o” (MORIN, 1958, p. 146). A identificação integra o meio ambiente afetivamente. Para Maurice Merleau-Ponty, em defesa da psicologia moderna, o cinema é uma arte apta a manifestar a união entre o indivíduo e o mundo, e a expressão de um dentro do outro, interação essa que seria o próprio objeto dessa psicologia. “A filosofia contemporânea não se constitui no encadeamento de conceitos e, sim, no descrever a fusão da consciência com o universo, seu compromisso dentro de um corpo, sua coexistência com as outras; e este assunto é cinematográfico por excelência” (MERLEAU-PONTY, 1969, p. 117).

Edgar Morin localiza na vida corrente as projeções-identificações imaginárias que fazemos continuamente e que alimentam o espetáculo de nossas vidas. O vestuário, o rosto, as palavras com que nos acostumamos e com que temos identificação são a materialização dessas projeções. No filme, ao vermos na tela nosso mundo representado ativamos essas projeções. É através delas que tomamos como seres reais as sombras na tela, e atribuímos-lhe a realidade que efetivamente não têm. “A impressão de vida e de realidade própria das imagens cinematográficas é inseparável de um primeiro impulso de participação” (MORIN, 1958, p. 151). O escuro das salas de cinema vem tonificar essa participação cinematográfica, vem isolar o espectador, embrulhá-lo e acender todo o fascínio da sombra.

Morin salienta o fato de que, na sala escura, o espectador é um sujeito puramente passivo. Não tem nada a oferecer, nem possibilidade de agir. Tudo se passa longe dele, no entanto tudo se passa dentro de si. Fechado a tudo, exceto à tela, “envolvido na placenta dupla de uma comunidade anônima de obscuridade, quando os canais da ação se fecham, abrem-se as comportas do mito, do sonho e da magia” (MORIN, 1958, p. 156). A obra ficcional é um amontoado de projeções-identificações objetivados em situações, acontecimentos, personagens, atores, etc. A obra é a materialização dos devaneios e subjetividades de seus autores, é a cristalização de identificações, é a concretização da magia. Por a obra ser estética, o espectador é consciente de sua irrealidade: a cristalização mágica reverte-se então, para este, em subjetividade e sentimentos, em participações afetivas.

No estágio em que a civilização conservou o seu fervor pelo imaginário, tendo, embora perdido a fé na realidade objetiva, a estética é a grande festa onírica da participação. [...] O que há de mais subjetivo – o sentimento – infiltrou-se no que de mais objetivo há: uma imagem fotográfica, uma máquina. (MORIN, 1958, p. 171)

O Cinema é “um sistema que tende a integrar o espectador no fluxo do filme. Um sistema que tende a integrar no fluxo do filme o fluxo psíquico do espectador” O fluxo de

imagens, sentimentos e emoções organiza o fluxo afetivo e mental do espectador. Na medida em que o filme executa parte do trabalho psíquico do espectador, ele promove a satisfação, com um mínimo de despesa. “Faz o trabalho de uma máquina de sentir auxiliar. Motoriza a participação. É uma máquina de projeção-identificação. E próprio da máquina é mastigar o trabalho do homem”. Morin destaca que o Cinema abre sem cessar as canalizações por onde entra a participação. Canais que são alimentados pelas necessidades do espectador (MORIN, 1958, p. 161).

O imaginário estético é, como todo o imaginário, o reino das necessidades e aspirações do homem, encarnadas e situadas estas no quadro de uma ficção. Vai alimentar-se nas fontes mais profundas e intensas da participação afetiva e, por isso mesmo, alimentar mais intensas e profundas participações afetivas (MORIN, 1958, p. 157).

## **A SUBVERSÃO E O CINEMA**

Às idéias levantadas pela teoria crítica com relação às satisfações artificiais e passageiras oferecidas pelos meios de comunicação de massa, os estudos de Edgar Morin sobre a participação cinematográfica apresentam certa convergência, na medida em que “a qualidade estética do espetáculo (digamos o afetivamente vivido, por oposição ao praticamente vivido), evita e enfraquece todas as conseqüências práticas da participação: deixa de haver qualquer risco ou compromisso para o público” (MORIN, 1958, p. 152). A falta de realização prática dos desejos e necessidades gera, segundo Marcondes Filho, uma sensação de vazio quando o sujeito realiza que não ficou “mais feliz” com a aquisição daquela mercadoria almejada, ou que após o filme romântico, ele permanece carente.

Esta é a técnica utilizada pela Indústria Cultural, recriar novos desejos, desvirtuados em desejo individualizado de consumo, ao invés de proporcionar uma verdadeira sensação de satisfação. Os meios de comunicação de massa se apoderaram das aspirações coletivas, dos desejos infantis que surgem permanentemente na sociedade e canalizaram-nos, transformando seu potencial prático em “energia inútil” consumista. O Cinema, pelas capacidades já expostas aqui, se prestou com excelência a esse papel. Porém, a aparente satisfação de uma necessidade ao criar novas necessidades, estabelece um ciclo vicioso, que culminam em desejos de “concreção”, de realização efetiva. Para Marcondes Filho, essa é uma necessidade de caráter “subversivo”.

Ulrich Reyher nos mostra que tais necessidades não escaparam aos meios de comunicação, eles também se apoderaram dos desejos de concreção das massas. Reyher



define três categorias em que se encaixariam os produtos de entretenimento da comunicação de massa de acordo com as necessidades de concreção com que trabalham e que visam satisfazer. Primeiramente, ele aponta que todo filme vive do fato de que o trabalho, que estrutura o destino de vida das massas, não tem um papel importante. Enquanto conteúdo filmico, o recalque do trabalho abre caminho para a exibição de “destinos humanos”, ou seja, atualiza um estoque de concreções que o próprio processo social impossibilita.

Ao abstrair o trabalho, os meios de comunicação de massa utilizam-se de uma miríade de experiências negadas às massas: amor, paixão, felicidade, liberdade. Sem a presença do trabalho alienado, exhibe-se ao espectador a liberdade econômica, sem o imperativo de ter de ganhar seu sustento. A apropriação dessas negações explicita o uso que a Indústria Cultural faz “das *necessidades que transcendem a economia na própria massa*” (REYHER, 1974, p. 124). Exemplo dessa temática encontra-se no filme *Na Natureza Selvagem* (2007). Baseado em fatos reais, e adaptado do livro homônimo, o filme conta a história de Christopher McCandless, jovem americano recém formado que se aventura em viagem pelos Estados Unidos em busca de experiências de vida que lhe satisfaçam, enquanto nega as possibilidades de futuro que normalmente lhe caberiam.

A personagem de Christopher exemplifica um efeito descrito por Ulrich Reyher em seu texto. A noção de que a renda define o modo de vida se apresenta ao sujeito de duas formas: com a idéia de que a falta de poder de compra torna a vida mais difícil, apertada; e com a noção de que essa situação é representativa do princípio organizacional da própria sociedade. Essa dualidade manifesta-se em “desejo de riqueza”, e ao mesmo tempo “raiva da riqueza” (REYHER, 1974, p. 116). Esta última é personificada por Christopher, que abdica de toda riqueza que possui e à qual relaciona sua própria identidade, a qual nega, para viver livremente, sem “amarras sociais”. Ele se volta à natureza em busca da felicidade e da vida, uma vez que a razão de sua “rebeldia” é o fracasso das suas relações familiares. Percebe-se a busca pela completude, a tentativa de deixar de ser sujeito, para se tornar indivíduo.

Outra categoria de conteúdos dos produtos de entretenimento da comunicação de massa apresentados por Reyher, são os baseados no *desejo de totalidade* (REYHER, 1974, p. 124). Os indivíduos da sociedade de massa tomam conhecimento da totalidade incontrolável, abstrata e estratificada na qual se acham solitariamente, onde não se reencontram com suas experiências de subjetividade. Daí surgem desejos de solidariedade, tranquilidade e harmonia, os quais são conseqüência das fracas e etéreas relações sociais e da falta de orientação da sociedade. Anseios por ordem e humanitarismo buscam uma nova totalidade “que não

degrada os homens a coisas”. O filme *Thelma e Louise* (1991), apresenta-nos tais conteúdos. As duas amigas do título saem da rotina, para uma viagem de campo, que se torna uma fuga policial de enormes dimensões e que acaba por transformar as duas personagens.

Thelma, dona de casa subjugada pelo marido, e Louise, garçõete desvalorizada pelo companheiro, em sua tentativa de se divertirem, são ameaçadas e cometem um crime. Em fuga, as duas se isolam cada vez mais do mundo a que pertenciam; as relações que mantinham se esgotam e outras que surgem só traumatizam mais essa insatisfação, essa carência de relações pautadas no amor, na solidariedade e na valorização do outro. Além da subversão às leis e normas sociais, as personagens, em determinado momento, subvertem a sua condição de repressão, subjugo, pervertindo a subserviência e passividade legadas às mulheres. *Thelma e Louise* é exemplo do acúmulo de necessidades e não satisfações, de buscas infrutíferas, de desejos recalçados, sequer aparentemente satisfeitos. Como escreveu Edgar Morin, “a subjetividade extrema realiza-se, bruscamente, em magia extrema” (MORIN, 1958, p. 149).

A terceira categoria de conteúdos levantada por Reyher abarca o *desejo de prática* (REYHER, 1974, p. 125), que surge através da constatação da formalidade vazia que rege o cotidiano da vida na sociedade de massa. A energia gasta na concretização de objetivos deslocados, através do trabalho abstrato; a carência de desenvolvimento subjetivo e a negação do estabelecimento de inter-relações sólidas e motivadas levam o sujeito a desejar a dimensão da ação. Sente-se a necessidade de agir sobre a vida, a fim de estabelecer concreções válidas. Como exemplo desse desejo no Cinema, temos o filme *Clube da Luta* (1999), onde a personagem Jack, um executivo do ramo de seguros, vive uma situação financeira satisfatória, porém, sua vida pessoal é o exemplar do esgotamento causado pela situação acima descrita, pela compulsão estéril do consumo.

Jack sofre de insônia, a qual descobre uma maneira diferente de tratar: passa a frequentar grupos de ajuda a doentes terminais, pessoas que vivem dramas reais, dores reais, sofrem de fato. Com elas, Jack consegue liberar suas emoções reprimidas e, afinal, dormir. Quando Marla aparece, fazendo uso do mesmo artifício que Jack, a “magia” se quebra, ele não consegue mais sua descarga emocional ao ver ali ao seu lado outra “dependente de realidades” como ele. É como se, num filme, de repente, fosse-nos mostrados os bastidores: literalmente, a suspensão da magia. Carente de expelir sua subjetividade mais uma vez, Jack se dá o amigo Tyler Durden. Como cita Morin, “o cúmulo da visão subjetiva é a alucinação – que a objetiva” (MORIN, 1958, p. 149). Tyler é a manifestação alucinatória da subjetividade de Jack, com quem inicia uma nova “terapia”, o clube da luta.

A idéia que acaba sendo desenvolvida em *Clube da Luta*, e que está presente em *Na Natureza Selvagem*, é a do “nojo ao bem-estar” (REYHER, 1974, p. 118). Esse fenômeno surge, assim como a “raiva da riqueza”, da constatação de que a busca e aquisição do dinheiro tem como conseqüência, ou como correspondência, o enfraquecimento das relações sociais, sua dissipação, e a redução da subjetividade humana. Essas concepções aparecem baseadas nos resíduos de lembranças da história de vida, e de memória da história da espécie, dos modos de vida pré-industriais. Essas lembranças sugerem uma estrutura de vida que foi eliminada pelo “princípio de realidade” que rege a vida na sociedade burguesa. A percepção da negação de liberdade, da exploração pelo capital e dos interesses de classe, porém, carece de objetivação, refere-se à totalidade e a princípios básicos da sociedade burguesa.

A forma objetiva desses interesses de classe, contudo, bloqueiam estruturalmente a transformação destas impressões em experiências. Assim, elas permanecem na esfera das significações “pré-conceituais, morais”. “O dinheiro rege o mundo”, “o dinheiro estraga o caráter” (REYHER, 1974, p. 117).

O isolamento dos indivíduos na sociedade de massa impede-os de objetivar seus desejos que estão além das satisfações econômicas, ou seja, desejos de prática, de totalidade que surgem através da constatação das contradições do modo de vida burguês. Ainda quando chegam a agir, em atitudes subversivas, como as personagens dos filmes citados, agem isoladamente, direcionam-se contra a generalidade do sistema, mas objetivam-se em si mesmos. Em *Clube da Luta*, a alucinação subversiva de Jack intenta agir de forma terrorista contra “o capital” explodindo prédios de grandes centros econômicos. Ainda aí, a ação é isolada, não estrutural. Agindo isoladamente, subvertendo de fato apenas seu próprio papel, o sujeito se desliga, se desprende da sociedade, que não mais o comporta e então o elimina.

A fuga, e também busca de si mesmas realizada por Thelma e Louise, que subverte valores e comportamentos incrustados em suas vidas, leva-as a certa liberdade. Porém, uma liberdade que seu mundo não acolheria, tanto pelos caminhos que propiciaram atingi-la, que foram, e dificilmente não o seriam, criminosos, quanto pelo teor contestador, “inconveniente” de tal liberdade. Restou-lhes, ao fim, após a consciência dessa liberdade, aceitar e se resignar com seu destino inevitável. Christopher, em *Na Natureza Selvagem*, chega a se nomear Alexander Supertramp na sua busca pela vida e felicidades reais, que acreditava estarem na natureza. No entanto, a própria natureza trata de eliminar aquele sujeito (roto, recalcado), não classificável: nem natureza, nem sociedade. Em *Clube da Luta*, o próprio Jack, moralmente comprometido com a ordem, consegue aniquilar sua subjetividade subversora.

O Cinema e outros meios de comunicação exibem ao espectador situações com que ele possa se identificar, situações, não raro, de sofrimento, mas permite-lhe situar-se acima delas. Em geral, eles oferecem ao sujeito a oportunidade de achar sua situação social aceitável, uma vez que a mostram, ativando e anestesiando medos, como passível de melhora, mas desencorajam grandes esforços para mudá-la radicalmente. A produção de mercadorias ocorre de forma abstrata, o que impede que as necessidades da massa assumam caráter estruturado, tornando-se, como as mercadorias, abstratas. “A diferença entre a necessidade e a realidade, a “eterna” carência de experiências, por um lado, e o contexto de coerção, por outro, a define realmente como potencial, ou seja, como disfunção latente” (REYHER, 1974, p. 127). Apesar de nos emocionar e excitar ao nos mostrar a subversão, o Cinema, de fato, não nos incita a promovê-la.

## **REFERÊNCIAS**

BALÁZS, Béla. 1945. Nós Estamos no Filme. In: XAVIER, Ismail. **A Experiência do Cinema**. Rio de Janeiro: Graal, 2003.

BUSELMEIER, Michael. 1974. Entretenimento de Massas na Esfera do Trabalho e do Lazer. In: **A Linguagem da Sedução**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1988.

FILHO, Ciro Marcondes. **A Linguagem da Sedução**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1988.

FRANÇA, Lisa. Cinema e Psicanálise: um olhar sobre o mundo. In: **Jornalismo UFG**. Goiânia: Cegraf-UFG, 2010.

MERLEAU-PONTY, Maurice. 1969. O Cinema e a Nova Psicologia. In: XAVIER, Ismail. **A Experiência do Cinema**. Rio de Janeiro: Graal, 2003.

MORIN, Edgar. 1958. A Alma do Cinema. In: XAVIER, Ismail. **A Experiência do Cinema**. Rio de Janeiro: Graal, 2003.

REYHER, Ulrich. 1974. Meios de Comunicação e Desejo Subversivo. In: **A Linguagem da Sedução**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1988.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

XAVIER, Ismail. **A Experiência do Cinema**. Rio de Janeiro: Graal, 2003.

## **FILMOGRAFIA**

**Na Natureza Selvagem**. Direção: Sean Penn. EUA, 2007. 140 minutos.

**Thelma e Louise**. Direção: Ridley Scott. EUA, 1991. 130 minutos.

**Clube da Luta**. Direção: David Fincher. EUA, 1999. 139 minutos.