

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO PUBLICIDADE E PROPAGANDA

LÚCIO LOPES SALIMEN

A INFLUÊNCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA NA SOCIEDADE:
uma análise do filme Jogos Vorazes.

Porto Alegre

2016

LÚCIO LOPES SALIMEN

A INFLUÊNCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA NA SOCIEDADE:
uma análise do filme Jogos Vorazes.

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Departamento de
Comunicação da Universidade Federal do
Rio Grande do Sul como requisito parcial
para a obtenção do título de Bacharel em
Comunicação Social – Habilitação
Publicidade e Propaganda

Orientadora: Prof.^a. Dr.^a. Adriana Kowarick

Porto Alegre

2016

CIP - Catalogação na Publicação

Salimen, Lúcio Lopes

A influência dos meios de comunicação de massa na sociedade: uma análise do filme Jogos Vorazes / Lúcio Lopes Salimen. -- 2016.

62 f.

Orientadora: Adriana Kowarick.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, Porto Alegre, BR-RS, 2016.

1. Comunicação de Massa. 2. Indústria Cultural. 3. Governos Totalitários. 4. Jogos Vorazes. I. Kowarick, Adriana, orient. II. Título.

LÚCIO LOPES SALIMEN

A INFLUÊNCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA NA SOCIEDADE:

uma análise do filme Jogos Vorazes.

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Departamento de
Comunicação da Universidade Federal do
Rio Grande do Sul como requisito parcial
para a obtenção do título de Bacharel em
Comunicação Social – Habilitação
Publicidade e Propaganda

Conceito: _____

Data de Aprovação: _____

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a. Dr.^a Adriana Kowarick
Orientadora
UFRGS

Prof.^a. Dr.^a Mariângela Machado Toaldo
Examinadora
UFRGS

Prof.^o. Ricardo Schneiders da Silva
Examinador
UFRGS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECOLOGIA E COMUNICAÇÃO

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) intitulado

.....

de autoria de, estudante

do curso de

....., desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, de de 20.....

Assinatura:

Nome completo do orientador:

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a minha mãe, Maria Inês, por tudo que fez e ainda faz para que eu e meus irmãos tenhamos a oportunidade de escolher aquilo que quisermos fazer. Por ter tanta força e determinação, enfrentando as adversidades que a vida as vezes nos obriga a encarar, e seguindo em frente. Se cheguei aqui, pode ter certeza que tu foi a principal responsável. Essa conquista é nossa. Assim como serão todas as outras que ainda teremos.

Ao meu pai, Sérgio, mesmo não estando presente fisicamente, certamente faz parte dessa conquista e da minha formação enquanto pessoa. Serei eternamente grato, e tenho certeza que está orgulhoso onde quer que esteja.

Aos meus irmãos, Maise e Lucas, por toda a vida, por todas as brigas e sorrisos. Vocês são fundamentais pra mim, me fazem forte e eu espero que consiga retribuir um pouco de todas as coisas boas que vocês me trazem.

À minha namorada, Andressa, pelo apoio fundamental neste trabalho e incentivo nos momentos de desespero, tua ajuda foi essencial, assim como é tua companhia todo os outros dias, te amo.

À minha orientadora, Prof.^a. Dr.^a Adriana Kowarick, pelo empenho e por acreditar no meu trabalho, mas principalmente pela troca de conhecimentos ao longo da minha vida acadêmica, se tornando além de uma professora, uma amiga.

Agradeço aos meus familiares, fundamentais na minha formação pessoal e cúmplices dessa trajetória.

Aos amigos, pelos bons momentos, viagens, festas e por poder contar sempre com amigos tão especiais. Que sorte a minha.

Aos professores e funcionários da FABICO, aos ex-colegas e atuais de trabalho e a todos de que de alguma forma contribuíram para minha formação.

Por fim, agradeço a UFRGS e a FABICO, é um orgulho imenso fazer parte de tudo isso, um sonho realizado e vivido tão intensamente. Tentei aproveitar o máximo que pude, e acredito que tenha conseguido. Muito obrigado por essa maravilhosa aventura.

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo identificar, dentro da trama do filme Jogos Vorazes, a influência que os meios de comunicação de massa exercem na sociedade. O filme se passa em um futuro distópico, onde anualmente são realizados os Jogos Vorazes, competição onde jovens são colocados em uma arena para duelarem pelas suas vidas. Há uma grande espetacularização dos Jogos, sendo televisionados para todos os cidadãos. Através de uma pesquisa bibliográfica, foi buscada uma compreensão dos conceitos de Comunicação de Massa e Indústria Cultural, e como elas foram utilizadas por governos totalitários reais. Em seguida foi feita uma análise fílmica, onde, após a decupagem do filme, foram analisados trechos selecionados, onde foi possível identificar elementos que puderam ser relacionados com os conceitos trazidos na pesquisa bibliográfica. Ao final, foi possível concluir que o governo do filme faz uso desses meios de comunicação de massa para perpetuar seu poder e alienar a sociedade, transformando os Jogos Vorazes em um grande espetáculo midiático.

Palavras-chave: Jogos Vorazes, comunicação de massa, Indústria Cultural, governos totalitários.

ABSTRACT

This research aims to identify the influence of the mass media on the society by analyzing the first movie of The Hunger Games franchise. The movie presents a dystopian future, where every year the Hunger Games are realized, which is a competition where twelve teenagers fight with each other for their life's. There is a huge spectacularization of the Games because the competition is broadcast for all the citizens. Realizing a bibliographic research, this study sought to understand the concepts of Mass Communication and Culture Industry and how they were used by totalitarian governments. The second step was analyze the movie, where important scenes were selected and analyzed. By that, was possible to identify elements that could be related with the concepts brought on the bibliographic research. By the end, was possible to conclude that the government of the movie uses the mass media for perpetuate their power and alienate the society, turning the Hunger Games on a big media entertainment.

Keywords: The Hunger Games, Mass Communication, Culture Industry, totalitarian governments.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Propaganda Nazista enaltecendo Hitler _____	29
Figura 2 – Cena do filme Triunfo da Vontade, de Leni Riefenstahl _____	30
Figura 3 – Mussolini retratado como um trabalhador _____	31
Figura 4 – Cartaz de Stalin cercado pelo povo _____	32
Figura 5 – Cartaz de Mao Tsé Tung sendo aclamado pelo povo _____	33
Figura 6 – Personagem Katniss corre pelo Distrito 12 _____	36
Figura 7 – Visão aérea da Capital _____	37
Figura 8 – Katniss e Peeta selecionados no dia da Colheita _____	38
Figura 9 – Transmissão do Desfile dos Tributos _____	39
Figura 10 – Os jogadores posicionados pouco antes do início dos Jogos ____	40
Figura 11 – Katniss cuidando do corpo da pequena Rue, do Distrito 11 ____	41
Figura 12 – Katniss e Peeta prestes a comer uma fruta com veneno _____	42
Figura 13 – Katniss e Peeta são saudados pelos moradores do Distrito 12 ____	43
Figura 14 – Entrevista com o idealizador dos Jogos Vorazes _____	44
Figura 15 – Telão exibe propaganda dos Jogos Vorazes _____	45
Figura 16 – Gale orienta Katniss _____	46
Figura 17 – Katniss assiste programa de televisão sobre os Jogos Vorazes_	47
Figura 18 – Katniss e Peeta conversam com seu mentor _____	48
Figura 19 – Desfile dos Tributos _____	49
Figura 20 – Presidente Snow conversa com organizador dos Jogos _____	50
Figura 21 – Katniss exibe-se para a plateia _____	51
Figura 22 – Idealizador dos Jogos controlando a central de transmissão ____	52
Figura 23 – Telão exibindo o início dos Jogos Vorazes _____	53
Figura 24 – Katniss beija Peeta _____	55
Figura 25 – Katniss e Peeta prestes a comer a fruta envenenada _____	56
Figura 26 – Katniss e Peeta sendo entrevistados _____	57

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO _____	11
1. COMUNICAÇÃO DE MASSA _____	14
2. INDÚSTRIA CULTURAL _____	20
3. USO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA POR GOVERNOS TOTALITÁRIOS _____	25
3.1. O NAZISMO E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO _____	27
3.2. O FASCISMO DE MUSSOLINI E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO _____	30
3.3. O USO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO POR STALIN (UNIÃO SOVIÉTICA) E MAO TSÉ TUNG (CHINA) _____	32
4. METODOLOGIA _____	34
5. O FILME JOGOS VORAZES _____	36
5.1. O USO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA NO FILME JOGOS VORAZES _____	43
CONSIDERAÇÕES FINAIS _____	59
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS _____	61

INTRODUÇÃO

A evolução da tecnologia permitiu o desenvolvimento de novos meios de comunicação, e possibilitou que, cada vez mais, as mensagens transmitidas alcançassem um maior número de pessoas, assim, esses novos meios de atingir um grande público foram chamados de meios de comunicação de massa (WOLF, 2008). Esses meios acabaram contribuindo para o surgimento de uma poderosa indústria midiática, onde grandes grupos de comunicação centralizaram os meios de comunicação de massa e passaram a ter um controle sobre o que é publicado.

Essas ferramentas de comunicação de massa se revelaram poderosas ferramentas para propagação de ideias, uma vez que uma mensagem consegue atingir um grande público. Essa possibilidade de grande disseminação encontrou em governos totalitários a sua outra face: a oportunidade de induzir a massa a pensar e aceitar o que está sendo disseminado nesses meios. Esses novos meios de comunicação foram usados como ferramentas de propaganda por diversos governos totalitários, que controlavam a mídia e determinavam o que seria ou não comunicado ao povo, criando uma relação de poder entre opressão e oprimido.

O uso desses novos meios de comunicação que atingem e determinam o que a massa deve pensar, acabou valendo-se da arte para manipular o que a massa deve consumir. O cinema e a televisão acabaram por ser os grandes expoentes dessa nova forma de comunicar do Século XX. Assim surge o que chamamos de Indústria Cultural, sugerido por Adorno e Hockerheimer, pensadores da Escola de Frankfurt, que se dedicaram em grande parte a estudar os fenômenos da Indústria Cultural na sociedade.

Entretanto, a Indústria Cultural se difere da arte no sentido de que a arte busca a interpretação do espectador, cada um pode absorver aquilo que está sendo exibido de uma forma diferente, enquanto na Indústria Cultural o objetivo é exatamente o contrário, não despertar diferentes interpretações (COHN, 2008). A Indústria Cultural busca passar uma mensagem que possa ser absorvida pelo espectador de forma específica. Ela pretende homogeneizar a população, ou seja, transformar os indivíduos em uma massa que pensa igual. Assim, as pessoas aceitarão mais facilmente aquilo que está sendo passado a elas.

O filme Jogos Vorazes, de 2012, baseado na série de livros homônimo, da escritora Suzanne Collins, leva o espectador a um futuro distópico onde a sociedade

está dividida em 12 distritos e uma Capital. Essa sociedade é chamada de Panem e é controlada por um governo totalitário, que centraliza toda a riqueza e explora os demais distritos, mantendo o controle social através de forte repressão militar.

Como todo governo totalitário, o presidente de Panem, Snow, faz uso dos meios de comunicação para perpetuar esse poder sobre o povo. Para mostrar o controle que tem sobre a sociedade, foi criado os Jogos Vorazes, competição que sorteia duas crianças de cada distrito e as coloca em uma arena para duelarem até sobrar somente um vivo. Os jogos são transmitidos a toda Panem por televisão como uma forma de entretenimento para a sociedade.

E é nesse mundo em que Katniss, uma jovem do distrito 12, se voluntaria para os jogos no lugar da irmã, que fora sorteada, e precisa enfrentar esse duelo pela sua vida e, ao mesmo tempo, agradar a audiência do programa.

O objetivo desse trabalho é relacionar o papel da espetacularização dos Jogos Vorazes na sociedade de Panem com os conceitos de Comunicação de Massa e Indústria Cultural, identificando no filme seus elementos constitutivos que configuram a relação de poder nas teorias de Comunicação de Massa e Indústria Cultural. Foi feita uma pesquisa bibliográfica buscando os conceitos de comunicação de massa, para isso foi utilizado como principal referência o livro Teorias das Comunicações de Massa, de Mauro Wolf (2008), que traz conceitos importantes de diferentes autores sobre comunicação de massa.

No segundo capítulo será explorada a indústria cultural, buscando uma compreensão sobre ela, como ela atua e suas características. Utilizarei como referência os autores Adorno e Horkheimer, através do livro Indústria Cultural e Sociedade (2009), que esclarece o conceito de Indústria Cultural e também trarei esclarecimentos de Morin, de seu livro Cultura de Massa no Século XX - Neurose (2007), trazendo também importantes conceitos da Indústria Cultural.

No terceiro capítulo será investigado o uso desses meios de comunicação de massa em governos totalitários, de que forma esses governos viam os meios de comunicação e utilizavam para propaganda política. Para uma análise equilibrada, utilizei quatro governos, dois de posicionamento política de direita e dois de esquerda. O nazismo na Alemanha de Hitler e seu intenso uso desses meios de comunicação, o fascismo da era Mussolini na Itália, o socialismo de Stalin na União Soviética e Mao Tsé Tung na China foram os governos escolhidos.

Para a análise do filme, será utilizado a análise filmica. Como referência será utilizado o livro de Francis Vanoye com coautoria de Anne Goliot Lélé, que desbrava o universo fílmico. Primeiramente será feita a decupagem do filme, o descreverei para uma melhor contextualização. Então serão separadas cenas onde os conceitos estudados nos capítulos anteriores são mais facilmente reconhecidos e ficam explícitos, então será possível fazer o fechamento deste trabalho e a compreensão da influência da transmissão dos Jogos Vorazes na sociedade de Panem.

1. COMUNICAÇÃO DE MASSA

A comunicação sempre esteve presente na vida em sociedade, na forma de transmissão de informação e interação social entre um indivíduo e outro. Com o passar dos anos e o avanço das tecnologias, essa comunicação foi se aperfeiçoando. Novas formas e meios de atingir as pessoas foram surgindo, cada vez buscando atingir mais pessoas e com maior eficiência da mensagem a ser passada. Esse avanço tecnológico permitiu o surgimento do que acabou sendo denominado Comunicação de Massa (que será analisada a seguir).

Comunicação de Massa é toda comunicação que visa atingir um grande público, a evolução das tecnologias proporcionaram a possibilidade de espalhar uma mensagens para inúmeros receptores.

(...) os meios de comunicação de massa constituem, ao mesmo tempo, um setor industrial de máxima relevância, um universo simbólico que é objeto de consumo em grande escala, um investimento tecnológico em contínua expansão, uma experiência individual cotidiana, um terreno de conflito político, um sistema de mediação cultural e de agregação social, uma maneira de passar o tempo, etc (WOLF, 2008, pág. 04)

Compreende-se por meios de comunicação de massa todos os veículos utilizados para disseminar alguma mensagem para um grande público, como televisão, cinema, rádio, jornais, revistas e a internet. Porém, nem sempre o uso dessas tecnologias necessariamente configura-se como Comunicação de Massa:

Comunicação de massa não é simplesmente um sinônimo de comunicação por intermédio de rádio, televisão ou qualquer outra técnica moderna, pois muitas vezes a tecnologia está presente sem que signifique comunicação de massa. (POYARES, 1988, pág. 64)

Para configurar-se como Comunicação de Massa, deve-se ter a intenção de atingir o maior número de pessoas possíveis.

Os meios de comunicação de massa constituíam 'uma espécie de sistema nervoso simples, que se estende para tocar cada olho e cada ouvido, numa sociedade caracterizada pela escassez de relações interpessoais e por uma organização social amorfa. (KATZ-LAZARFELD, 1955, apud WOLF, 2008. Pág. 11)

A massa, ou sociedade, compreende todos aqueles que são atingidos pelos meios. Essas mensagens produzidas para atingir essa massa, visam tornar a sociedade algo homogêneo, criando um padrão para as pessoas. Como afirma Wolf (2008. pág. 07) "a massa é constituída por um agregado homogêneo de indivíduos que são substancialmente iguais, não distinguíveis, mesmo se provêm de ambientes diversos, heterogêneos e de todos os grupos sociais".

Mesmo o indivíduo que esteja sendo atingido pela mensagem não necessariamente se reconheça naqueles valores que a mensagem está passando, ele acaba por absorver esses valores e aceitando a mensagem.

Os indivíduos - enquanto componentes da massa - são expostos a mensagens, conteúdos, eventos, que vão além da sua experiência, referindo-se a universos de significado e valor que não coincidem necessariamente com as regras do grupo de que fazem parte. Nesse sentido, o fato de pertencerem à massa 'orienta a atenção dos membros para longe das suas esferas culturais e de vida, para áreas não estruturadas por modelos ou expectativas' (FREIDSON, 1953). Portanto, esse é o fator de isolamento físico e 'normativo' do indivíduo na massa que explica em grande parte a importância atribuída pela teoria hipodérmica às capacidades manipuladoras dos primeiros meios de comunicação de massa. (WOLF, 2008. Pág. 8)

Para conseguir atingir o máximo de pessoas possíveis e fazê-las absorver o que lhe é dirigido, a mensagem a ser passada precisa seguir certos padrões. Como a sociedade é composta por diferentes experiências e vivências, tornando cada ser único, a Comunicação de Massa precisa achar, dentro de todas as diferenças, algo que seja comum para todos os indivíduos, que o todo sobreponha o individual, a fim de a sua mensagem seja entendida por todo e qualquer indivíduo, não importando suas diferenças sociais. Para isso, a mensagem é uma mensagem genérica e que seja facilmente absorvida.

As ações da massa apontam diretamente para o objetivo e procuram alcançá-lo pelo caminho mais rápido; este faz com que elas sejam sempre dominadas por uma única idéia, a mais simples 'possível. É muito raro acontecer de os membros de uma grande massa terem na sua consciência um vasto mostruário de idéias em comum com os outros. Além disso, dada a complexidade da realidade contemporânea, toda idéia simples deve ser também a mais radical e exclusiva. (SIMMEL, 1917, apud WOLF, 2008, pág. 07)

Ou seja, a mensagem a ser transmitida pelos meios de comunicação de massa precisa ser simples e de fácil assimilação, assim, atingirá o máximo de receptores. Naturalmente, como cada ser é diferente entre si, suas experiências e vivências sociais o farão absorver aquela informação de maneira diferente, ainda que a mensagem seja igual para todos:

[...] as mensagens da mídia contêm características particulares do estímulo, que interagem de maneira diferente com os traços específicos da personalidade dos membros que compõem o público. A partir do momento em que existem diferenças individuais nas características da personalidade entre os membros do público, é natural pressupor que nos efeitos haverá variações correspondentes a essas diferenças individuais. (DE FLEUR, 1970, apud WOLF, 2008, pág. 18)

Sobre a absorção da mensagem, Wolf (2008) afirma que “a interpretação transforma e modela o significado da mensagem recebida, preparando-a para as opiniões e para os valores do destinatário.” Assim, essa mensagem sofrerá diferentes interpretações do receptor. Ainda que essa mensagem sofrerá diferentes interpretações, ela conseguirá passar a informação a que se propõe.

Essa grande capacidade de disseminação que os meios de comunicação de massa possuem acabam servindo como principal fonte de informação da sociedade. Lê-se os jornais para saber as notícias do dia, em seguida assiste-se televisão para continuar se informando e ainda estamos conectados a todo instante na internet . Os indivíduos acabam sendo bombardeados pela mesma informação a todo o tempo, “aquilo que sabemos sobre nossa sociedade, ou mesmo sobre o mundo onde vivemos, o sabemos pelos meios de comunicação” (LUHMANN, 2005, pág. 15).

Dessa forma passamos a ser dependentes desses veículos que comandam os meios de comunicação e passam essas mensagens, uma vez que esses meios

são a principal fonte de informação. O indivíduo acaba por ser pautado pelas grandes empresas, e o que elas transmitem acabam se tornando a verdade. A esse poder conferido aos meios de comunicação de massa, McQuail afirma:

[...] definição que hoje se dá aos meios de comunicação de massa como 'instituições que desenvolvem uma atividade-chave, que consiste na produção, na reprodução e na distribuição de conhecimento [...], conhecimento que nos coloca em condição de dar um sentido ao mundo, que molda nossa percepção em relação a ele e contribui com o conhecimento do passado e para dar continuidade à nossa compreensão presente. (McQUAIL, 1983, apud WOLF, 2008, pág. 8)

Ainda que haja uma capacidade de interpretação, aquilo que o receptor absorve acaba por ser considerado a verdade. A sociedade, dessa forma, aceita aquilo que lhe está sendo imposto, atuando, assim, como uma massa. Segundo Wolf (2008, pág. 6) afirma, "A massa é o juizado incompetente, representa o triunfo de uma espécie antropológica que atravessa todas as classes sociais e que constrói a própria função sobre o saber especializado, ligado à técnica e à ciência". A sociedade consome as mensagens dos meios de comunicação de massa para formar suas opiniões.

Em relação ao indivíduo e a existência dos meios de comunicação de massa, Wolf destaca três funções:

- a. a atribuição de status e prestígio às pessoas e aos grupos transformados em objeto de atenção por parte da mídia; determina-se um esquema circular do prestígio para o qual 'esta função, que consiste em conferir um status, entra na atividade social organizada, legitimando certas pessoas, grupos e tendências selecionados, que recebem o apoio dos meios de comunicação de massa'
 - b. o reforço do prestígio para os que se adaptam à necessidade e ao valor socialmente difundido de serem cidadãos bem-informados;
 - c. o reforço das normas sociais, ou seja, uma função que exerce a ética. 'A informação dos meios de comunicação de massa reforça o controle social nas grandes sociedades urbanizadas, nas quais o anonimato das cidades enfraqueceu os mecanismos de descoberta e de controle do comportamento anormal, ligados ao contato informal face a face'.
- (WOLF, 2008, pág. 56)

Essas funções são atribuídas a sociedade como um todo, ao funcionamento e eficácia dos meios de comunicação de massa.

Entre os meios de comunicação de massa, fora a internet, o que abrange mais pessoas é a televisão, a sociedade se pauta pelo que assiste na televisão, os telenoticiários são as grandes fonte de informação.

[...] o acesso à televisão tem como contrapartida uma formidável censura, uma perda de autonomia ligada, entre outras coisas, ao fato de que o assunto é imposto, de que as condições da comunicação são impostas e, sobretudo, de que a limitação do tempo impõe ao discurso restrições tais que é pouco provável que alguma coisa possa ser dita. (BORDIEU, 1997, pág. 19)

A perda dessa autonomia é proveniente do poder da televisão sobre o indivíduo. São os grandes veículos que controlam a informação. A imagem tem um forte poder sobre as pessoas, quando transmitida, ela é mais facilmente aceita como verdade, como afirma Bordieu:

[...] a imagem tem a particularidade de poder produzir o que os críticos literários chamam o efeito de real, ela pode fazer ver e fazer crer no que faz ver. Esse poder de evocação tem efeitos de mobilização. Ela pode fazer existir ideias ou representações, mas também grupos. (BORDIEU, 1997, pág. 28)

As grandes corporações e empresas são as que mais aproveitaram-se dessa evolução dos meios de comunicação, podendo difundir suas informações, e no caso de grandes empresas de produtos, seus produtos para um público imensamente maior. E como elas possuem a capacidade de atingir o indivíduo em vários meios de comunicação de massa, cada vez mais a sociedade é bombardeada por serviços e bens que lhes são oferecidos como fundamentais para a sua felicidade.

Já para os veículos de informação, os meios de comunicação de massa servem para informar a sociedade com aquilo que é de interesse dessas grandes corporações. Elas que decidem o que o indivíduo deve receber de notícias e mensagens. O público, por sua vez, pauta suas agendas conforme os assuntos

noticiados por esses grandes veículos de informação. Desse controle da informação, surgiu a hipótese do agendamento, de Maxwell McCombs.

Os públicos usam estas saliências da mídia para organizar suas próprias agendas e decidirem quais assuntos são os mais importantes. Ao longo do tempo, os tópicos enfatizados nas notícias tornam-se os assuntos considerados os mais importantes pelo público. Em outras palavras, os veículos jornalísticos estabelecem a agenda pública. (McCOMBS, 2009, pág. 18)

Assim, não podendo controlar o que a sociedade deve dizer, os veículos noticiosos, selecionando o que vão noticiar, acabam controlando o que a sociedade deve pensar, colocando sempre em evidência o que deve ser discutido em sociedade. Dessa forma, esses veículos mantêm o controle sobre o indivíduo, pautando a opinião pública, utilizando de todos os meios de comunicação para focar nos mesmos assuntos:

Independentemente do veículo, um foco restrito sobre poucos temas transmite uma mensagem poderosa a uma audiência sobre quais são os mais importantes tópicos do momento. O agendamento dirige nossa atenção às etapas formativas da opinião pública quando então os temas emergem e logo conquistam a atenção do público. (McCOMBS, 2009, pág. 42)

Pudemos compreender, nesse capítulo, como a Comunicação de Massa surgiu e influencia a sociedade como um todo, a partir dos avanços tecnológicos, que permitiram que informações e mensagens pudessem ser propagadas para cada vez mais pessoas. Junto dessa capacidade de alcançar inúmeras pessoas, criou-se um cenário onde foi possível persuadir o pensamento das pessoas.

Esses meios de comunicação foram desenvolvendo técnicas para abordar e atingir efetivamente a sociedade, que por ser formada por diferentes experiências de vida, para conseguir atingir um maior número de pessoas, a mensagem precisa ser genérica e de fácil assimilação, dessa forma ela consegue atingir o receptor. Que por sua vez, acaba por tomar como verdade aquilo que esses meios de comunicação de massa lhe estão transmitindo sem grandes questionamentos.

A massa se constitui em um grupo que torna-se homogêneo, na medida que são afetados pela mesma informação. Porém, os veículos de comunicação, ainda que fosse o objetivo, não conseguem controlar o que o indivíduo em sociedade deve dizer, então utiliza-se de todos os veículos de massa para induzir o que esse indivíduo deve pensar, focando em assuntos e replicando em todos os veículos os assuntos que as grandes corporações de comunicação pretendem que entre em discussão na sociedade. As grandes corporações utilizam-se dos meios de comunicação de massa para pautar a opinião pública, e assim, obter um controle sobre a sociedade, o que ela pensa, fala e reproduz. Dessa forma, os meios de comunicação de massa obtém o resultado que eles esperam, que o indivíduo consuma e interprete da forma que ela quer que o indivíduo interprete a mensagem que está sendo passada para ele.

2. INDÚSTRIA CULTURAL

O termo Indústria Cultural foi originalmente empregado a primeira vez no final da década de 40, com a publicação do livro “Dialético do Esclarecimento”, em 1947, dos autores Theodor Adorno e Mark Horkheimer, dois pensadores e expoentes da Escola de Frankfurt. A expressão Indústria Cultural surgiu em substituição ao termo “cultura de massa”, uma vez que a cultura não é feita pela massa e sim feita para a massa. Ela serve de ferramenta para aumentar os padrões de consumo.

Como afirma Gabriel Cohn (2008, pág. 65) “[...] o conceito de indústria cultural é inseparável de uma teoria crítica da produção e do consumo de cultura, na qual o polo dominante é o da produção”. Para Adorno e Horkheimer (1974, pág. 57) o cinema e o rádio já não precisam se apresentar como arte, pois não passam de um negócio, utilizados para “legitimar o lixo que propositalmente produzem”. A indústria cultural visa a produção em massa dos bens culturais com o intuito do lucro e controle sobre o indivíduo. Cohn citando uma das ideias de Adorno:

[...] A grande obra de arte é um ente significativo multidimensional. Sempre tem múltiplas camadas de significado. Por isso mesmo, demanda um trabalho específico para ser interpretada. Não pode ser incorporada passivamente, mas requer o percurso completo dos seus níveis de significado [...] (ADORNO, 1975, apud COHN, 2008, pág. 73)

Com isso, podemos distinguir um produto da indústria cultural com a obra de arte. A indústria cultural não busca criar diferentes significados a partir de uma obra, mas sim potencializar efeitos, buscando estímulos padronizados, “ela não demanda do receptor uma interpretação autônoma. Na realidade, atua no sentido de prover o mapa da interpretação junto com a mensagem que emite”. (COHN, 2008, pág. 73). Ou seja, a indústria cultural não busca uma interpretação do indivíduo, mas sim cria estímulos e critérios conforme seus interesses, fazendo com que o indivíduo aceite o que a indústria cultural está oferecendo como verdade absoluta.

A indústria cultural inibe a capacidade de interpretação do espectador através do uso de efeitos visuais e sonoros, ditando o ritmo e a intenção que o espectador deve absorver.

Desde o começo é possível perceber como terminará um filme, quem será recompensado, punido ou esquecido; para não falar da música leve em que o ouvido acostumado consegue, desde os primeiros acordes, adivinhar a continuação, e sentir-se feliz quando ela ocorre. (ADORNO; HORKHEIMER, 2009, pág. 9)

A indústria cultural faz uso da evolução dos meios tecnológicos e do apelo estético para prender e inserir no indivíduo, a mensagem que ela está querendo que ele absorva, como afirma Edgar Morin:

Produzida industrialmente, distribuída no mercado de consumo, registrando-se principalmente no lazer moderno, a cultura de massa se apresenta sob diversas formas (informações, jogos, por exemplo), mas particularmente sob a forma de espetáculo. É através dos espetáculos que seus conteúdos imaginários se manifestam. Em outras palavras, é por meio do estético que se estabelece a relação de consumo imaginário. (MORIN, 2007, pág. 77)

O homem na indústria cultural funciona, segundo Adorno, apenas como um instrumento de consumo. "O consumidor não é soberano, como a indústria cultural queria fazer crer, não é o seu sujeito mas o seu objeto." (ADORNO, 1967, pág. 6, apud Wolf, 1985). O homem passa a ser um ser genérico, todo mundo é substituível,

o indivíduo passa a ser classificado e organizado em diferentes tipos de consumidores, conforme seu nível social, financeiro, etc, com o objetivo de consumir aquilo que foi preparado para ele:

Para todos, alguma coisa é prevista a fim de que nenhum possa escapar; as diferenças vêm cunhadas e difundidas artificialmente. O fato de oferecer ao público uma hierarquia de qualidade em série serve somente à quantificação mais completa, cada um deve-se portar, por assim dizer, espontaneamente, segundo o seu nível, determinado a priori por índices estatísticos, e dirigir-se à categoria de produtos de massa que foi preparada para o seu tipo. (LIMA, 2000, pág. 172)

A indústria cultural por ideologia implanta um conformismo no homem, a fim de que esse aceite o que lhe é oferecido sem objeções e críticas.

Não obstante, a indústria cultural permanece a indústria do divertimento. O seu poder sobre os consumidores é mediado pela diversão que, afinal, é eliminada não por um mera diretriz, mas sim pela hostilidade, inerente ao próprio princípio do divertimento, diante de tudo que poderia ser mais do que divertimento. (ADORNO; HORKHEIMER, 2009, p.18)

Enquanto indústria do divertimento, a indústria cultural opera de forma a restringir e privar os espectadores do que é prometido, causando uma sensação de insaciabilidade no indivíduo.

O princípio impõe que todas as necessidades lhe sejam apresentadas como podendo ser satisfeitas pela indústria cultural, mas, por outro lado, que essas necessidades sejam de antemão organizadas de tal sorte que ele se veja nelas unicamente como um eterno consumidor, como objeto da indústria cultural. (ADORNO; HORKHEIMER, 2009, pág. 115)

O indivíduo busca em seu período de descanso o divertimento através de atividades de lazer, porém esse divertimento é uma ilusão, já que as atividades de lazer acabam por ser uma extensão do seu cotidiano. A indústria cultural busca controlar os interesses dos consumidores, como afirmam Adorno e Horkheimer (2009, pág. 25) “divertir- se significa que não devemos pensar, que devemos esquecer a dor, mesmo onde ela se mostra. Na base do divertimento planta- se a

impotência”, assim, aos poucos, o indivíduo passa a perder a capacidade crítica e transforma a qualidade desse lazer em uma mera banalidade, assim, a indústria cultural visa alienar a sociedade, criando um ‘conformismo social’ através do entretenimento.

Para conseguir prender o indivíduo conforme seus interesses, a indústria cultural precisa fazer com que as pessoas se identifiquem naquilo que estão assistindo. Transmitir algo que o indivíduo almeje, idealizando a vida ideal a ser buscada, mesmo que a realidade na qual os indivíduos estão inseridos não permita que aquilo seja atingido.

Criando uma fuga da realidade nesses indivíduos, aprisionando-o naquilo que deve querer para conquistar a felicidade plena, como todo final de um filme deve ser, levando o indivíduo a aceitar a sua realidade e buscar a utopia da felicidade nos produtos e ideias que a indústria cultural está oferecendo, é a mistura do real e do imaginário, de forma que o espectador já não consegue diferenciar um do outro, e essa é uma das características da indústria cultural.

Para criar essa identidade do espectador, a indústria cultural utiliza-se também de heróis, esses heróis carregam algo com o cotidiano do indivíduo, para trazer uma verossimilhança com a pessoa, porém também transmitem e mostram algo que os deixa superior as demais pessoas, algo para o indivíduo admirar e se espelhar, como afirma Morin:

Diferentes fatores favorecem a identificação do espectador com o herói; o ótimo da identificação se estabelece num certo equilíbrio de realismo e de idealização; é preciso haver condições de verossimilhança e de veracidade que assegurem a comunicação com a realidade vivida, que as personagens participem por algum lado da humanidade quotidiana, mas, é preciso também que o imaginário se eleve alguns degraus acima da vida quotidiana, que as personagens vivam com mais intensidade, mais amor, mais riqueza afetiva do que o comum dos mortais. [...] é preciso, enfim, que os heróis sejam dotados de qualidades eminentemente simpáticas. Atingindo esse ótimo, as personagens suscitam apego, amor, ternura; já se tornam não tanto os oficiantes de um mistério sagrado, como na tragédia, mas uns alter egos idealizados do leitor ou espectador, que realizam do melhor modo possível o que este sente em si de possível. (MORIN, 2007, pág. 79)

Dessa forma, mostrando um lado do herói em que ele aproxima-se das pessoas, mostrando o dia-a-dia, os seus sentimentos, mostrando que os heróis têm

algo de semelhante com o espectador, a indústria cultural cria esses ídolos para se as pessoas admirem e se espelhem neles, onde o indivíduo pode reconhecer-se, porém jamais igualar-se, pois os ídolos estão acima dos demais, são especiais e diferentes.

Rudiger (2004), no entanto, traz uma perspectiva diferente da indústria cultural, ele afirma que o indivíduo continua decidindo, apesar de aceitar quase que passivamente o que a indústria cultural impõe, ele ainda consegue ter algum senso crítico e questionar o que a indústria cultural está tentando lhe impor, uma prova disso é a publicidade, onde as empresas precisam estar sempre se reinventando para conseguir atingir o indivíduo. Segundo Rudiger (2004) "a conclusão que nos permite tirar, porém, é a de que seu alcance é restrito e seus sujeito não são marionetes nas mãos dos que comandam a pática da indústria cultural". Ou seja, Rudiger afirma que, no final das contas, o indivíduo não é plenamente manipulável, pois apesar de aceitar o que a indústria cultural propõe, o indivíduo é que decide consumir ou não, como afirma:

As pessoas adultas não têm real respeito pelo que consomem via Indústria Cultural. Os magazines de variedade e os programas de televisão não são vistos como algo importante, mas meios de preencher uma pausa nos afazeres ou de relaxar sem compromisso, depois do cumprimento das obrigações cotidianas. (RUDIGER, 2004, pág. 181)

Foi possível identificar nesse capítulo, o poder que a indústria cultural imprime. Através do crescimento tecnológico, essa indústria conseguiu utilizar-se de ferramentas para controlar os interesses da massa. Reduzindo o senso crítico do indivíduo, ela acaba por alienar a sociedade, uma vez que essa massa acaba ficando passiva, torna-se uma espécie de prisioneira da indústria cultural. Misturando a realidade com a ficção e utilizando-se de ídolos, ela consegue deixar o indivíduo refém das suas investidas.

Um dos objetivos da indústria cultural é exatamente esse, deixar o indivíduo sem senso crítico e de interpretações. Diferente de como acontece na arte, onde uma obra inspira diversas significações individuais em cada um que a vê, na indústria cultural essa interpretação é vetada. Ela passa ao indivíduo o que ela quer que ele absorva para que cada vez menos tenha a capacidade de questionar aquilo

que está vendo, transformando o indivíduo em mero objeto, classificados conforme os interesses da indústria cultural. Tudo em busca do grande lucro, de conseguir fazer que o indivíduo consuma mais e continue consumindo o que a indústria o oferece.

Ela busca criar padrões de consumos e dessa forma separar os indivíduos conforme esses padrões criados, de uma forma a separar a sociedade segundo sua classe social e potencialidade de consumo. Há pesquisadores que afirmam que ainda que a indústria tenha êxito, ela precisa se reinventar a todo momento, pois o indivíduo segue vivo, e apesar de manipulado ele ainda mantém traços que consegue escolher o que mais lhe chama a atenção, ou seja, o indivíduo aceita de certa a forma a investida da indústria cultural, porém consegue escolher o que lhe é conveniente ou não.

3. USO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA POR GOVERNOS TOTALITÁRIOS

Os meios de comunicação de massa são extremamente poderosos em sua influência nas pessoas. Com ele é possível manipular a sociedade de modo a induzir o indivíduo a pensar sobre determinado assunto, colocar em pauta o que deve ser discutido, uma vez que os principais meios de informação das pessoas são os meios de comunicação de massa. Por todas as suas características, eles acabam por servirem como excelente ferramenta para quem quer alienar ou controlar a massa. Como afirma Wolf:

[...] os meios de persuasão de massa constituíam um fenômeno completamente novo, desconhecido, do qual não havia ainda um conhecimento suficiente por parte do público, e o contexto social em que esses meios apareciam e eram usados era o dos regimes totalitários ou de sociedade, que estavam se organizando em tomo da superação das formas comunitárias precedentes, e nas quais vastas massas de indivíduos eram - segundo tradições heterogêneas de pensamento, mas concordantes a esse respeito - representadas como atomizadas, alienadas, 'primitivas'. (WOLF, 2008, pág. 11)

Essas ferramentas comunicacionais de alto alcance acabaram por servir como eficientes canais para governos e movimentos que precisam chegar a

população, onde a mensagem produzida por eles atingiram mais pessoas que qualquer outro meio de comunicação. Governos totalitários fizeram e fazem muito uso dos meios de comunicação de massa. Foi durante o período entre a primeira e segunda guerra que se desenvolveram estudos mais aprofundados sobre o usos da Comunicação de Massa e seus efeitos na população. Entre eles, a Teoria Hipodérmica (ou teoria da bala mágica), que em sua definição traz:

[...] segundo a teoria hipodérmica, 'cada indivíduo é um átomo isolado que reage sozinho às ordens e às sugestões dos meios de comunicação de massa monopolizados' (Wright Mills, 1963, p. 203). Se as mensagens da propaganda conseguem atingir os indivíduos da massa, a persuasão é facilmente 'inoculada': ou seja, se o 'alvo' é alcançado, a propaganda obtém o êxito que se propõe. (WOLF, 2008. pág. 9)

Outros importantes estudos foram realizados pela Escola de Frankfurt, que investigou profundamente os efeitos da comunicação e da indústria cultural nos indivíduos.

Para esses governos autoritários, é importante controlar os meios de comunicação, uma vez que para manter o povo alienado e aceitar aquilo que lhe é imposto, não pode haver vozes contrárias que falem mais alto que a do governo. Assim, através dos meios de comunicação de massa, esses governos limitam o que deve ser transmitido a sociedade, criam suas propagandas, controlando o que o povo deve consumir.

Notícias que falem o que é contrário ao que a ideologia desses governos pregam não devem ser transmitidas, assim a sociedade consome somente aquilo que ela deve saber, apenas o que o Estado está lhe mostrando como correto, para que assim, os indivíduos assimilam como verdade essas informações e pensem de forma homogênea, tornando-se, então, uma massa.

Essa massa deve ser impactada de todas as formas e meios, como jornais, revistas, rádio, cartazes, televisão e cinema. O jornal sempre foi muito usado para divulgação desses regimes, assim como o rádio, que consegue transmitir a voz, sua emoção e vibração, serve para grandes discursos apaixonados a fim de inflamar a massa, os cartazes e fotografias servem como poderosa propaganda também, como ressalta Domenach:

A imagem é, sem dúvida nenhuma, o instrumento mais notável e o mais eficaz. Sua percepção é imediata e não demanda nenhum esforço. Acompanhado de uma legenda, substitui vantajosamente não importa que texto ou discurso. Nela resume-se a propaganda, de preferência, conforme teremos oportunidade de ver a propósito dos símbolos. (DOMENACH, 2005, pág. 56)

A televisão e o cinema trouxeram a questão da imagem em movimento, validando essa imagem como verdade. Todas essas ferramentas servem para manutenção de um sistema. São estratégias que podem manter o povo alienado e em sintonia com os valores que o Estado pretende passar. Para um governo autoritário prosperar, deve-se usar os meios de comunicação a seu favor. Controlar a massa para não surgir movimentos contrários e validar o que o Estado está passando.

Entre os governos que utilizaram a mídia de massa, está o Nazismo, na Alemanha de Hitler, que valorizou muito a questão da mídia e da propaganda política; O Fascismo de Mussolini, na Itália, a União Soviética, de Stalin, e a China de Mao Tsé Tung, são exemplos onde pode-se observar esse uso intenso das mídias de massa para benefício do Estado e alienação da massa.

3.1. O NAZISMO E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Dentre os governos autoritários, um dos que mais fizeram o uso do controle da mídia para divulgar seus ideais e ludibriar a sociedade, fazendo com que ela absorva sem questionar o que está sendo passado pelos meios de comunicação foi o Nazismo, regime que comandou a Alemanha de 1935 à 1945. O nazismo de Hitler valorizou muito a questão do controle dos meios de comunicação de massa, tinha como uma das ferramentas mais forte a propaganda do regime.

Hitler acreditava no poder da propaganda e da persuasão no indivíduo, como afirma em seu livro *Mein Kampf*. A respeito da função da propaganda, Hitler (1926) diz: "A propaganda política busca imbuir o povo, como um todo, com uma doutrina. A propaganda para o público em geral funciona a partir do ponto de vista de uma ideia, e o prepara para quando da vitória daquela opinião".

Hitler, inclusive, implementou de um Ministério, liderado por Joseph Goebbels, dedicado a questão da propaganda nazista. Esse Ministério deveria

pensar em todos meios de comunicação de massa como uma ferramenta de divulgação do regime, garantir que a mensagem fosse transmitida em todos campos, como imprensa, rádio, cinema, etc. Segundo Hitler (1926), a mensagem tinha que ser de fácil entendimento, para todas as camadas da população conseguirem compreender o que estava sendo passado, desde aqueles que não tinham estudo até os mais intelectuais.

A ideia era vender o regime nazista e a figura de Adolf Hitler como a solução de todos os problemas, o salvador, aquele que estava acima do bem ou do mal. Era fazer com que o povo acreditasse nesse salvador e no que o regime pregava através desses meios, embora a realidade vivida fosse completamente diferente.

Hitler afirmava que as opiniões do povo estavam mais relacionadas com a impressão produzida nos sentidos do que pela reflexão pura, Domenach (2005, pág. 48) sustenta que (um dos motivos do sucesso da propaganda nazista) “essa é a razão efetiva do êxito da propaganda nazista em relação às massas alemãs: predomínio da imagem sobre a explicação, do sensível brutal sobre o racional”:

Figura 1 - Propaganda Nazista enaltecendo Hitler



Fonte: historiadigital.org

Além de enaltecer o líder da nação Adolf Hitler, a comunicação feita pelo nazismo tinha como objetivo engrandecer a raça ariana, mostrar ao povo a sua superioridade perante as demais raças.

Outro meio explorado pelo Nazismo foi o cinema. Através da indústria do entretenimento, o regime nazista criou filmes exaltando a raça ariana, o poder do povo e convocou a união da massa. Investiu-se como nunca na indústria do cinema alemão. O filme mais famoso, que inovou o cinema da época, foi *O Triunfo da Vontade*, de Leni Riefenstahl, que, inicialmente, era um filme documental do II Congresso do Dia do Partido do Reich, realizado em Nuremberg em 1934 (Figura 2). Porém com toda a produção, o filme se tornou um expoente do cinema da propaganda nazista. Nele tudo era grandioso e servia para reafirmar a raça ariana como superior e exaltar seu grande líder, Adolf Hitler.

Figura 2 - Cena do filme Triunfo da Vontade, de Leni Riefenstahl



Fonte: <http://www.cineset.com.br/>

Dessa forma, dominando todos os meios de comunicação e entretenimento do povo, Hitler conseguiu manipular os interesses da sociedade que em grande parte acabou acreditando nos ideais que estavam sendo passados a eles.

3.2. O FASCISMO DE MUSSOLINI E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

O governo fascista comandou a Itália de 1922 à 1945 sob o comando de Benito Mussolini. O regime de Mussolini ficou caracterizado por forte opressão e controle da máquina social. Todos os órgãos de imprensa foram fechados e controlados pelo governo. Os meios de comunicação sofriam uma forte censura pelo Ministério da Cultura Popular, órgão criado para controlar esses meios de comunicação e orquestrar a propaganda fascista. Os meios de comunicação divulgavam os grandes feitos do governo e idolatravam seu líder, Mussolini. Para mostrar a força do seu líder, ele geralmente era retratado de maneira atlética, como

um trabalhador (Figura 3). Dessa forma, de acordo com Fissore (2010), mostrava-se o quanto o líder da nação era poderoso e podia levar o país para o melhor caminho.

Figura 3 – Mussolini retratado como um trabalhador



Fonte: <http://www.temporamagazine.com/>

Diferentemente do nazismo, que o cinema teve influência crucial para o controle das massas, no fascismo ele não teve a mesma importância, ainda que o cinema e o rádio também servissem ao governo, sempre passando a ideia que Mussolini havia acabado com a pobreza, crime e tensões sociais. Cercando a massa de todos os lados, o Governo Fascista queria impor o que a sociedade Italiana devia pensar e discutir, além de coibir o surgimento de ideais diferentes.

O controle dos meios de comunicação de massa e entretenimento aliado a opressão violenta a quem questionasse o governo e seus valores era um dos pilares mais fortes para manutenção do poder de Mussolini sobre o povo.

3.3. O USO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO POR STALIN (UNIÃO SOVIÉTICA) E MAO TSÉ TUNG (CHINA)

Outros governos totalitários também assumiram o controle da mídia e fizeram dos meios de comunicação de massa como ferramenta para propaganda do seu regime e visando garantir seu poder sobre o povo. Stalin, na União Soviética, assumiu controle dos veículos de comunicação e fez uso dele para promover a imagem de grande líder, carismático e atento as necessidades do seu povo (Figura 4), além de acabar com toda manifestação contrária ao seu comando.

Figura 4 – Cartaz de Stalin cercado pelo povo



Fonte: <http://www.taringa.net/>

Na China, liderada por Mao Tsé Tung, todos os meios de comunicação também foram controlados pelo Partido Comunista. Foi criado o Departamento de

Propaganda do Comitê Central, responsável por controlar os meios de comunicação e desenvolver propagandas do Governo.

O culto a personalidade também era a regra, Mao Tsé Tung era o Grande Líder e em todos locais e veículos de comunicação afirmavam isso (Figura 5). Segundo Linshan (1987), buscava-se nisso a idolatria do povo a Mao e a crença que podia-se confiar em seu líder e suas escolhas como melhor caminho possível.

Figura 5 – Cartaz de Mao Tsé Tung sendo aclamado pelo povo



Fonte: chineseart.co.uk

Na China, como a maioria da população era analfabeta, o meio de comunicação mais usado foi o rádio, pela facilidade de chegar na massa e por não precisar ler para compreender o que está sendo transmitido.

Pode-se perceber que o uso dos meios de comunicação de massa são parte fundamental para o sucesso e manutenção de governos totalitários. A imprensa passa a ser controlada pelo Estado, somente informações de interesse do mesmo são divulgadas, podendo distorcer e até mesmo mentir para a população. Tudo gira em torno da propaganda do Governo e do líder. Esse líder deve ser

enaltecido em todos os momentos, deve-se construir uma imagem de líder carismático e atento aos problemas do povo e que somente ele conseguirá resolver.

Essas táticas foram usados tanto por governos totalitários de esquerda como de direita. A partir do momento em que se instaura um Estado autoritário, é preciso bombardear a população com propagandas do governo para que os cidadãos acreditem que seguir os ideais do governo é o melhor e único caminho. Além de controlar os veículos de comunicação, o Estado também controla as áreas de entretenimento como o cinema, também usado para reafirmar o poder do Estado e fazer do líder um herói.

O povo, impactado de todos os lados, desde os jornais, rádios e até mesmo os cinemas, acaba por acreditar nesses ideais e aceitar melhor o que o Estado está lhe impondo, e por isso os meios de comunicação de massa são tão importantes nesses tipos de governos.

4. METODOLOGIA

A metodologia escolhida para este trabalho está dividida em duas partes. Primeiro foi realizado uma pesquisa bibliográfica para definir e aprofundar os conhecimentos sobre Comunicação de Massa, Indústria Cultural. Essa pesquisa também buscou identificar como esses meios de comunicação de massa foram usados por governos totalitários.

Para analisar o filme Jogos Vorazes, será utilizado como método de pesquisa a análise fílmica, adaptando ela para as especificidades do objeto. O objetivo proposto para esse trabalho é analisar o uso dos meios de comunicação de massa pela Capital no filme Jogos Vorazes e como ele serve de ferramenta para controlar e administrar seu poder sobre a população.

Um filme, enquanto produto cultural, carrega inúmeras significações, todos elementos construtivos de um produto audiovisual são pensados em conjunto para obter o resultado esperado e criar uma significação aos que assistem. Analisar um filme é desmembrar todos esses elementos e recortes a fim de encontrar aquilo que se está querendo mostrar.

Analisar um filme ou um fragmento é, antes de mais nada, no sentido científico do termo, assim como se analisa, por exemplo, a composição química da água, decompô-lo em seus elementos constitutivos. É despedaçar, descosturar, desunir, extrair, separar, destacar e denominar materiais que não se percebem isoladamente "a olho nu", pois se é tomado pela totalidade. Parte-se, portanto, do texto fílmico para "desconstruí-lo" e obter um conjunto de elementos distintos do próprio filme. (VANOYE, GOLIOT-LÉTÉ, 2002, pág. 15)

Através da pesquisa bibliográfica e dos conceitos de Comunicação de Massa e Indústria Cultural, será feito um paralelo com o filme, identificando elementos na narrativa que demonstrem esses conceitos.

O filme opera escolhas, organiza elementos entre si, decupa no real no imaginário, constrói um mundo possível que mantém relações complexas com o mundo real: pode ser em parte seu reflexo, mas também pode ser sua recusa (ocultando aspectos importantes do mundo real, idealizando, amplificando certos defeitos, propondo um "contramundo" etc). (VANOYE, GOLIOT-LÉTÉ, 2002, pág. 28)

Levando-se em conta o contexto do filme, que acontece em um futuro distópico, a análise identificará dentro da trama, cenas em que os meios de comunicação de massa são utilizados pelo governo para manter o poder sobre a sociedade, como a Capital tenta impor e ditar o que a sociedade deve consumir e pensar.

Primeiramente será apresentado o filme, um resumo de toda narrativa e contextualização do longa-metragem. Após, serão selecionadas cenas em que possa contribuir para o objetivo do trabalho, a fim de encontrar elementos de controle social através dos meios de comunicação de massa e da espetacularização dos Jogos Vorazes.

5. O FILME JOGOS VORAZES

A trama de Jogos Vorazes se passa em um futuro distópico. O filme se situa em Panem, uma sociedade dividida em 12 distritos, criados após um colapso na América do Norte. Cada distrito é responsável pela produção de alguma atividade econômica que sustenta a Capital, que é a região que centraliza todas as riquezas produzidas pelos distritos e que mantém um controle sobre a sociedade através de forte opressão armada e monitoramento constante. A Capital é a única região rica em Panem. Em todos os outros distritos os moradores têm escassez de comida e de outros recursos.

Como a Capital explora todos os recursos produzidos pelos outros distritos, há uma desigualdade muito grande entre a ela e eles. Essa diferença pode ser evidenciada nas Figuras 6 e 7. Na Figura 6, vemos um ambiente rural, com casas de madeira e antigas, sem nada de tecnologia ou construções modernas.

Figura 6: Personagem Katniss corre pelo Distrito 12



Fonte: Filme Jogos Vorazes

Enquanto na Capital, podemos ver uma cidade cosmopolita, com construções grandiosas e muitos prédios (Figura 7), mostrando a clara diferença entre os distritos e a Capital.

Figura 7: Visão aérea da Capital



Fonte: Filme Jogos Vorazes

Para manter sua hegemonia e opressão ao povo, a Capital organiza anualmente um evento onde todos os distritos participam: os Jogos Vorazes, esse evento, que dá nome ao filme, é uma competição entre os distritos para lembrar de uma rebelião acontecida em anos anteriores, sufocada violentamente pelo governo.

Assim, como forma de punição pela rebelião e para lembrar quem está no poder, anualmente são escolhidas duas crianças de 12 à 18 anos de cada distrito, um menino e uma menina são colocadas em uma arena onde deverão se enfrentar até a morte. Somente um poderá sair vivo e, conseqüentemente, vitorioso. O dia em que essas crianças são sorteadas é chamado de Colheita e as crianças escolhidas ficam sob a tutela da Capital e são chamadas de Tributos.

Os Jogos Vorazes são transmitidos para todos os distritos através de telões, criando-se todo um espetáculo de entretenimento em torno desses Jogos.

O filme nos apresenta a jovem Katniss Everdeen, moradora do Distrito 12, e sua família, a irmã mais nova, Prim e sua mãe. O pai morreu em um acidente nas minas de carvão do Distrito 12. Katniss desenvolveu grande habilidade no arco e flecha, pois caça animais em uma área proibida do distrito para conseguir alimentar ela e sua família. No dia da Colheita, todas as crianças aptas a disputar os jogos são convocadas para o sorteio e sua irmã Prim é selecionada. Para não deixar a

irmã disputar os jogos, Katniss se oferece para ir no seu lugar e é aceita, juntamente com o sorteado entre os homens, Peeta Mellark (Figura 8).

Figura 8: Katniss e Peeta selecionados no dia da Colheita



Fonte: Filme Jogos Vorazes

Após serem selecionados na Colheita, eles são levados até a Capital, onde são tratados como heróis e aplaudidos pela população de lá. Antes de serem levados a arena onde ocorre os Jogos, os selecionados passam por etapas até se tornarem Tributos prontos para a competição. Recebem treinamento e orientações de como sobreviver os jogos, de um mentor. Alguém que já se saiu vitorioso da arena e que fica encarregado de dar dicas e cuidar dos jovens. Recebem um treinamento e são exibidos para possíveis patrocinadores, que são pessoas que assistem os jogos e que podem mandar produtos que os jogadores necessitem para sobreviver nos Jogos.

Também antes de irem para os Jogos, os participantes fazem o Desfile dos Tributos, onde são exibidos diante uma plateia utilizando fantasias especiais, confeccionadas por estilistas (Figura 9). Os participantes também são exibidos a toda sociedade através de um programa de televisão, onde são entrevistados

perante o público, criando um grande espetáculo midiático em torno dos Jogos Vorazes.

Figura 9: Transmissão do Desfile dos Tributos



Fonte: Filme Jogos Vorazes

Após toda essa exibição, os Tributos estão prontos para duelarem em um combate sangrento televisionado. Eles são colocados em uma arena lado a lado, (Figura 10) e o duelo tem início. A arena consiste em uma floresta totalmente monitorada por câmeras instaladas em todo o lugar, transmitido os detalhes dos Jogos para todos os distritos e a Capital.

Figura 10: Os jogadores posicionados pouco antes do início dos Jogos



Fonte: Filme Jogos Vorazes

Katniss, a personagem principal, esconde-se na floresta para descansar e se proteger dos outros jogadores, já que além dos combatentes, os Tributos também devem conseguir sobreviver às diversas adversidades, pois ficam sozinhos no meio de uma floresta.

No decorrer do filme, a manipulação dos Jogos se torna cada vez maior, os organizadores dos Jogos alteram o cenário a todo momento, para aproximar cada vez mais os adversários para conseguir o que buscam, que no caso, é uma batalha pela vida.

Katniss e Peeta se unem para tentar sobreviver e chegar até o final, e revelam um princípio de romance entre eles. Esse laço afetivo acaba beneficiando os dois, pois, dessa forma, conquistam a simpatia dos que assistiam os Jogos. Ao receber ajuda do seu mentor, que enviou remédios que Peeta necessitava, junto com uma mensagem para que Katniss e Peeta deixem esse amor mais real, Katniss fica ciente de que precisa agradar os espectadores, e decide levar adiante o 'amor' que surgiu entre eles.

Durante os Jogos, Katniss faz amizade com Rue, uma das competidoras mais jovens, que pertencia ao Distrito 11. Em determinado momento, Rue acaba morta e Katniss faz um velório simbólico para a menina (Figura 11), causando uma

comoção entre os espectadores, principalmente os do Distrito 11. Para acalmar a população, e ouvindo os conselhos do mentor de Katniss e Peeta, o organizador dos Jogos muda as regras, avisando que agora duas pessoas poderiam ser campeãs, desde que fossem do mesmo distrito.

Figura 11: Katniss cuidando do corpo da pequena Rue, do Distrito 11



Fonte: Filme Jogos Vorazes

Katniss e Peeta conseguem sobreviver juntos até o final. Quando só restam os dois e mais um competidor, os organizadores promovem o encontro deles para a grande final. Manipulando o cenário e criando cães predadores que perseguem os combatentes, os três se encontram no ponto em que os Jogos tiveram início. Os três começam uma luta para ver quem sobreviverá, Katniss e Peeta acabam vencendo esse duelo e conseguindo matar o outro participante.

Quando eles percebem que são os campeões, uma voz anuncia que a regra que havia sido alterada (que permitia que dois participantes fossem campeões) foi revogada, e somente um poderá sair vencedor. Os dois jovens do Distrito 12 decidem desafiar o sistema e ameaçam se matar juntos, envenenados, (Figura 12) em um plano de Katniss desafiando os organizadores a mudar de ideia novamente. Temendo a reação do público com essa atitude e a possibilidade de

Katniss e Peeta virarem mártires para o povo, caso viessem a se matar juntos, o organizador do evento declara os dois vencedores.

Figura 12: Katniss e Peeta prestes a comer uma fruta com veneno



Fonte: Filme Jogos Vorazes

Os dois são tratados como heróis por todos, são novamente entrevistados pelo apresentador do programa que transmite os Jogos e são coroados pelo presidente de Panem, Snow. O presidente não gostou de ter sido confrontado, obrigando, inclusive, o organizador do evento daquele ano a se matar da mesma forma que Katniss e Peeta iriam se matar, envenenado com uma fruta.

No final, os dois voltam para o distrito 12 e são recebidos por toda população do local como heróis (Figura 13). Enquanto o presidente Snow os observa na central de edição dos Jogos Vorazes.

Figura 13: Katniss e Peeta são saudados pelos moradores do Distrito 12



Fonte: Filme Jogos Vorazes

5.1 O USO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA NO FILME JOGOS VORAZES

Após a decupagem apresentada anteriormente, para prosseguir na análise, de acordo com Vanoye e Goliet-Léte (2002), é necessário 'desconstruir' o filme, a fim de identificar trechos onde evidenciam-se a utilização dos meios de comunicação de massa e a espetacularização da transmissão dos Jogos Vorazes, reforçando a ideia do uso da Comunicação de Massa como ferramenta de controle social.

Logo no começo, o organizador dos Jogos Vorazes, chamado de idealizador, participando de uma entrevista para um programa de televisão (Figura 14), falando do objetivo do jogo e o que ele quer transmitir com os jogos, é possível identificar uma justificativa emocional dos violentos Jogos, quando o idealizador argumenta se tratar de algo que une toda Panem. De acordo com Morin (2007), essa justificativa emocional serve para criar um enredo aos Jogos, colocar o espectador 'dentro' dos Jogos e aceitá-lo melhor. Além disto, mostrar a espetacularização dos Jogos, transformado-os em um grande programa de auditório.

Figura 14: Entrevista com o idealizador dos Jogos Vorazes



Fonte: Filme Jogos Vorazes

No dia da Colheita, um grande evento é organizado, símbolos do governo são colocados perto da área onde serão anunciados os Tributos. Para fazer o sorteio, aparece uma representante do governo, destacadamente mais arrumada e com cores extravagantes, em contraste com as roupas simples e cinza dos moradores do distrito.

Antes, porém, é transmitido um vídeo propaganda dos Jogos Vorazes, exibindo em um grande telão para que todos possam ver. No vídeo, jovens são retratados como heróis em meio a uma batalha, fortes e dispostos a lutar por sua honra (Figura 15), enquanto uma narração explica a origem dos jogos. É possível identificar nesta passagem uma dramatização da razão dos Jogos, como afirma Bordieu (1997, pág. 25) “A televisão convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o caráter dramático, trágico”.

Figura 15: Telão exibe propaganda dos Jogos Vorazes

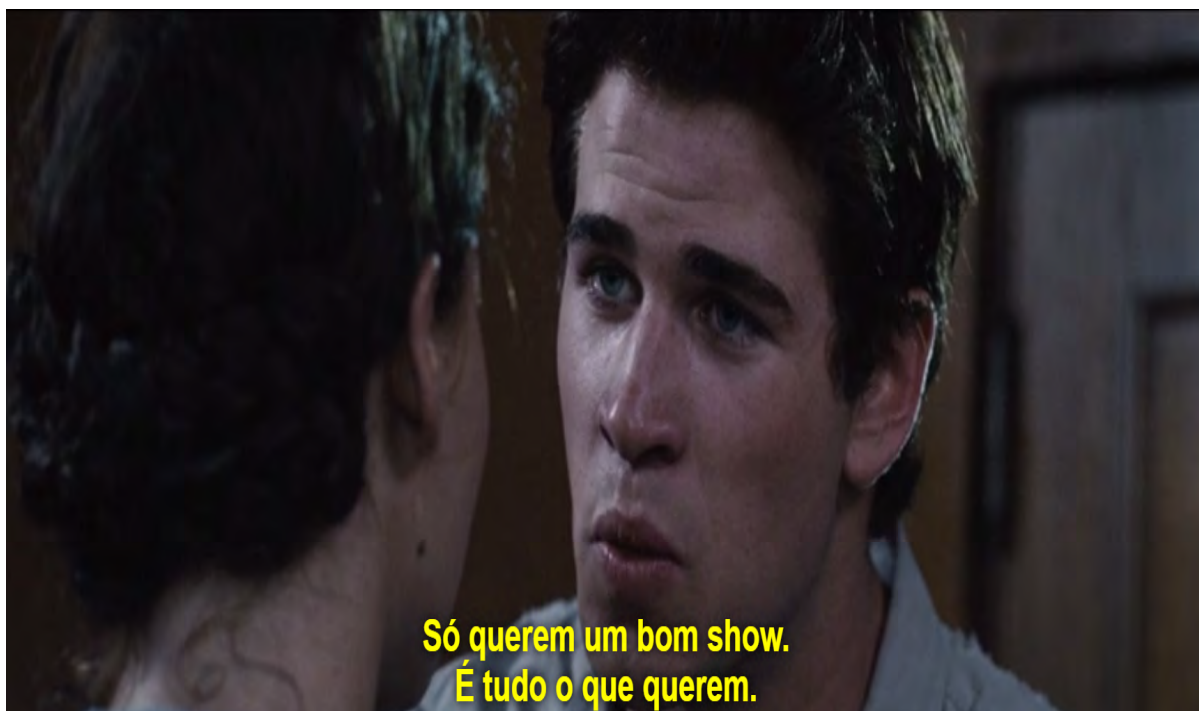


Fonte: Filme Jogos Vorazes

O vídeo também serve de propaganda para o governo, uma vez que reafirma que a revolta que justifica os jogos foi uma traição do povo com seu governo, que cuida, protege e ama todos os indivíduos de Panem. Nessa propaganda em forma de vídeo, é possível identificar o poder da imagem sobre as pessoas, como afirma Bordieu (1997), a imagem exerce um forte poder sobre o indivíduo, legitimando aquilo que está sendo transmitindo, sendo mais facilmente aceito como real.

Após ser selecionada para os Jogos Vorazes, Katniss é levada para uma sala para se despedir da família, quando se despede de seu melhor amigo, Gale, o mesmo diz para Katniss conseguir um arco, instrumento que ela dominava. No que Katniss diz ser difícil conseguir, Gale afirma: “Só querem um bom show. É tudo que querem” (Figura 16). Essa fala demonstra o conhecimento de Gale sobre os jogos, sobre o caráter de entretenimento e a espetacularização da transmissão televisionada dos jogos, que de acordo com Adorno e Horkheimer (2009), serve para alienar a sociedade, pois ao oferecer entretenimento, aos poucos, o indivíduo perde a capacidade crítica, criando um ‘conformismo social’.

Figura 16: Gale orienta Katniss



Fonte: Filme Jogos Vorazes

Tudo é feito e produzido para que se tenha um grande espetáculo para quem assiste, e conseguir um arco seria garantia de mortes cinematográficas para a audiência dos jogos.

Cenas violentas se tornaram banais, um simples produtos da televisão, na próxima cena escolhida, apresentamos Katniss assistindo televisão (Figura 17), nela está sendo transmitido o programa sobre os Jogos, os comentaristas conversam enquanto analisam a morte de um participante. Lembrando os comentários de jogos de futebol, banalizando a questão da morte, tratada como um mero jogo de entretenimento, sendo transmitido para todos de Panem. O uso da televisão novamente é usada para dar veracidade, alienar a massa e fazer com que aceitem aquela violência que estão assistindo (ADORNO; HORKHEIMER, 2009).

Figura 17: Katniss assiste programa de televisão sobre os Jogos Vorazes



Fonte: Filme Jogos Vorazes

Como a Capital controla todos os meios de comunicação, os usa para divulgar aquilo que ela pretende que o público que está assistindo assimile, de acordo com McCombs (2009), quem controla os veículos de comunicação colocam em pauta o assunto que deve ser discutido e assistido pela população, estabelecendo, assim, a agenda pública.

Na próxima cena escolhida, Katniss entra na sala do vagão onde o trem está levando ela e Peeta para a Capital, enquanto o mentor deles dá dicas de como sobreviver na arena (Figura 18).

Figura 18: Katniss e Peeta conversam com seu mentor



Fonte: Filme Jogos Vorazes

Quando indagado por Katniss, o mentor afirma que a melhor maneira de sobreviver na arena é agradar o público, pois para sobreviver lá é, as vezes, preciso receber água, medicamentos e isso só é conseguido através de patrocinadores, que podem enviar mantimentos para os jogadores.

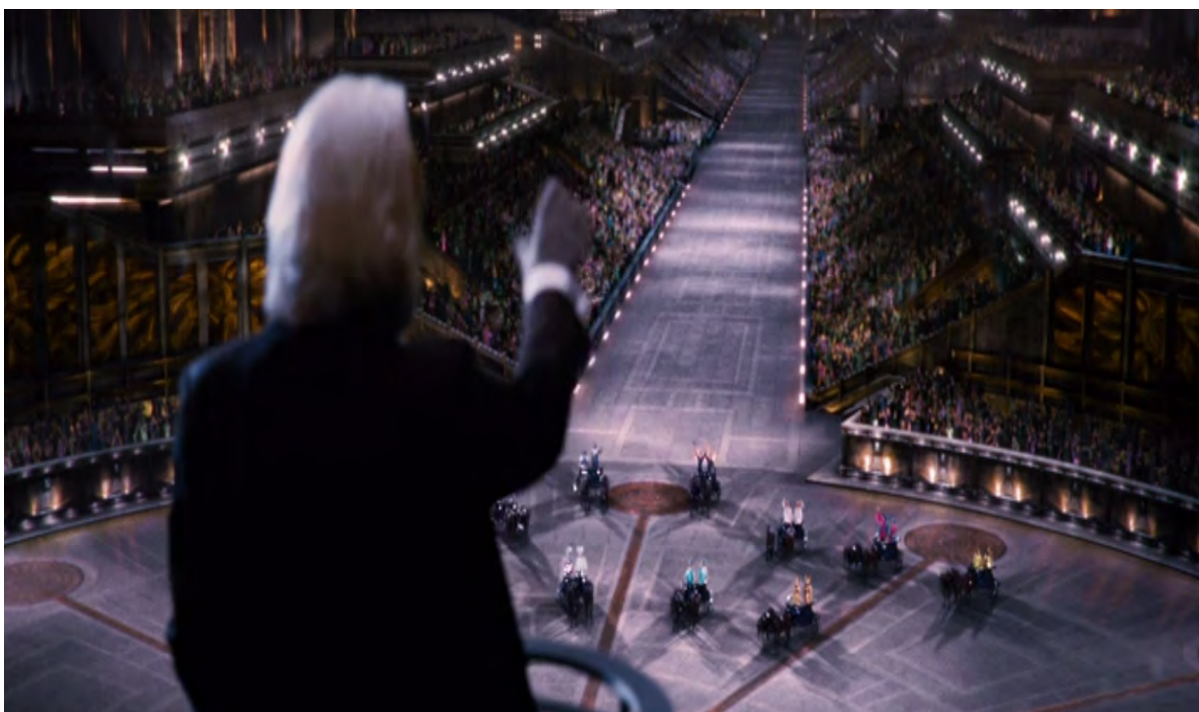
Nessa cena se pode reafirmar o caráter de entretenimento dos Jogos Vorazes, onde o público torce e escolhe seus favoritos. Esses participantes que caem no agrado do público conseguem patrocinadores para chegar até o final. Essa identificação com os jogadores é a transformação dos Tributos em heróis, algo que funciona como uma válvula de escape para os espectadores, fazendo-os aceitar mais facilmente sua realidade, pois 'vivem', de certa forma, aquilo que os seus heróis estão vivendo na televisão, e que jamais poderão viver na vida real (MORIN, 2007).

Na cena em que os Tributos, após serem embelezados por estilistas para demonstração ao público, são exibidos em um local similar aos estádios de futebol, para todos cidadãos da Capital e para o presidente Snow (Figura 19), fica claro a espetacularização dos jogos e a alienação do povo, ignorando o fato de que praticamente todos aqueles que estão desfilando morrerão em uma batalha

sangrenta em prol do divertimento do público, retomando o conceito de Adorno e Horkheimer (2009), que a Indústria Cultural visa alienar a massa através do entretenimento.

É possível identificar, também, a utilização pelo presidente Snow das formas de propaganda de governos totalitários. Enquanto o público fica nas arquibancadas, os Tributos são exibidos e ficam de frente para onde está o presidente, em um local mais alto, uma área exclusiva, onde todos podem enxergá-lo.

Figura 19: Desfile dos Tributos



Fonte: Filme Jogos Vorazes

Na cena onde o organizador dos Jogos Vorazes, Seneca, é chamado pelo presidente Snow para uma conversa (Figura 20), as falas do presidente, mostradas a seguir, evidenciam o papel dos Jogos Vorazes na sociedade de Panem:

- Seneca, por que acha que temos um vencedor?
 - Quero dizer, por que temos um vencedor?
 - Se fosse só para intimidar os distritos, por que não sortear 24 deles e executar de uma vez? Seria mais rápido.
 - Esperança. É a única coisa mais forte que o medo.
- (JOGOS ..., 2012, 50min)

O presidente Snow usa os Jogos Vorazes para dar esperança aos povos dos distritos, transformando os Jogos em uma batalha pela honra de defender seu distrito. Coloca esses jovens como heróis que podem salvar suas vidas da miséria, embora, na verdade, esses sonhos são podados conforme o desenrolar dos jogos. Fazendo a manutenção dessa esperança, como afirma Adorno e Horkheimer (2009), de forma que ela nunca seja atingida, criando um objetivo que jamais será atingido, uma mera ilusão.

Figura 20: Presidente Snow conversa com organizador dos Jogos



Fonte: Filme Jogos Vorazes

É possível observar, também, a posição de superioridade do presidente Snow, enquanto a realidade de Panem é de pobreza, o presidente ostenta uma tranquilidade cercado de flores em um jardim grandioso, enquanto demonstra certa preocupação com o protagonismo e destaque que Katniss obteve antes de começar os Jogos.

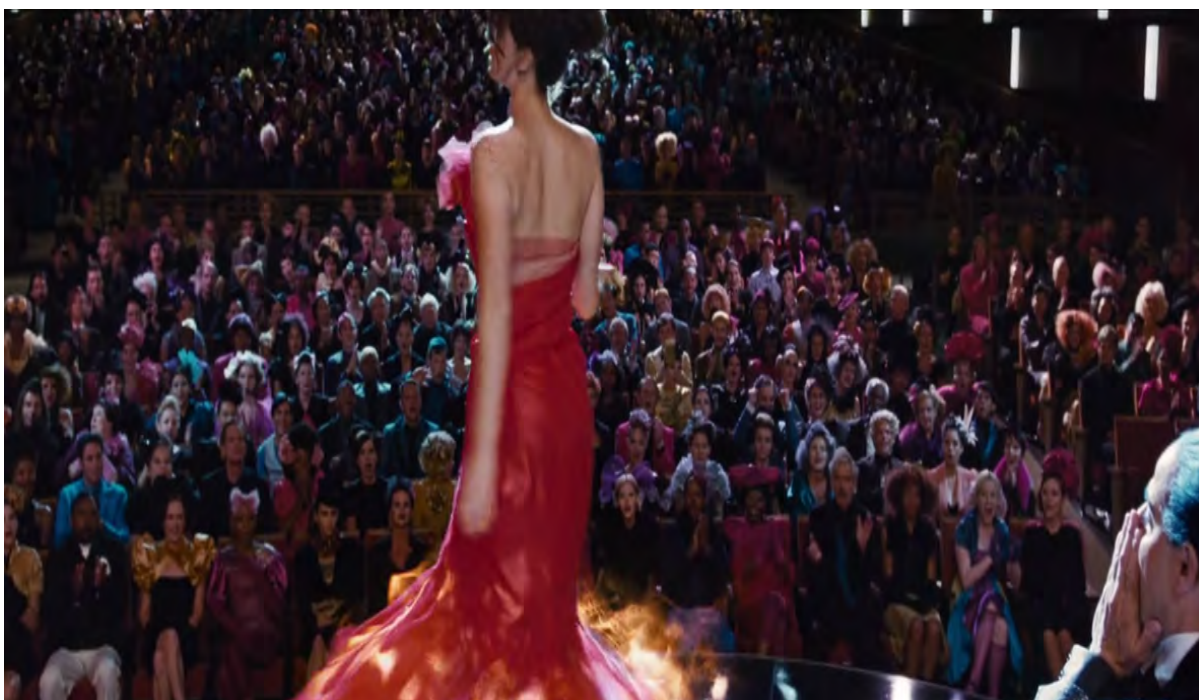
Na cena onde os Tributos são entrevistados pelo apresentador do programa (Figura 21), os participantes precisam se 'exibir' para o público que os assiste. Uma vez que, conforme afirma Wolf (2008), a Comunicação de Massa busca passar valores que sejam absorvidos por todos que estão assistindo. Logo,

esse programa sendo transmitido para todos, busca criar uma massa homogênea em pensamento.

Os Tributos são orientados a conquistar a simpatia da plateia, enquanto o apresentador entrevista um a um. Esse exibicionismo serve, também, para agradar a audiência, fazer eles escolherem seus preferidos para torcer. Retomando o que afirma Morin (2007), idealizando os Tributos, buscando a identificação do público com os participantes, o espectador elege seus heróis para seguir e se imaginar na vida desses participantes.

Para os Tributos, também serve para atrair a atenção dos patrocinadores e conseguir doações dentro dos Jogos para ajudá-los na sobrevivência.

Figura 21: Katniss exibe-se para a plateia



Fonte: Filme Jogos Vorazes

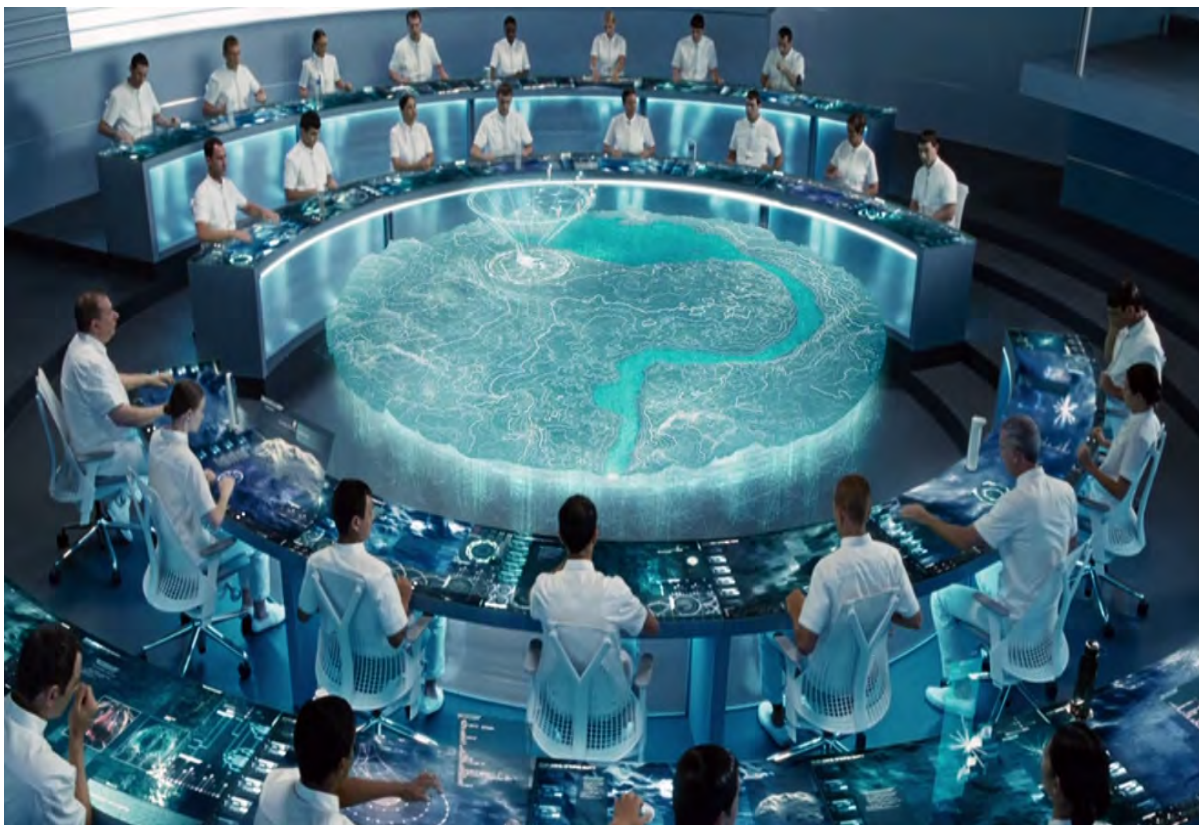
Essas demonstrações de aptidões dos participantes e a exibição deles para todo o público, mais uma vez, demonstra o caráter de espetáculo dos Jogos Vorazes, como em ‘reality shows’ modernos.

Como Jenkins (2009, pág. 315) afirma “sentimo-nos entusiasmados com a cultura popular; acolhemos os personagens; integramos as histórias em nossas vidas; reformulamos essas histórias e as tornamos nossas”. Ou seja, escolher um

herói a seguir leva o indivíduo a viver aquela vida que está vendo na televisão, a fugir da sua realidade.

Na próxima cena, o espectador é levado para a central de transmissão dos jogos, uma sala totalmente equipada e com uma grande equipe trabalhando e monitorando os participantes a todo momento (Figura 22).

Figura 22: Idealizador dos Jogos controlando a central de transmissão



Fonte: Filme Jogos Vorazes

É nessa central que o programa é editado, todos os movimentos dos participantes dentro da arena são monitorados e transmitidos para a população. Tudo é editado para ser passado para o público somente aquilo que é de interesse do governo. Eles alteram o rumo dos participantes, adicionam elementos para mudar a trama e controlam o que o povo deve assistir dos Jogos, tudo em prol do espetáculo, que é, como afirma Morin (2007), como se apresenta a cultura de massa, é através dos espetáculos que o conteúdo imaginário se manifestam.

Na cena em que antecede o começo dos Jogos, aparecem telões sendo transmitidos para todos os distritos (Figura 23), enquanto o povo acompanha o início dos Jogos. A imposição do governo em fazer o povo consumir o que está sendo

transmitido fica evidente, uma vez que os Jogos Vorazes são a única forma de entretenimento que é oferecido para a sociedade, buscando alienar e educar os indivíduos sobre a superioridade do governo e sua autoridade inquestionável. Como afirma McCombs (2009), restringindo o que será transmitido para o público, é possível manipular o que deve ser discutido pela sociedade.

Figura 23: Telão exibindo o início dos Jogos Vorazes



Fonte: Filme Jogos Vorazes

É interessante reparar, também, a diferença entre os povos dos distritos e as pessoas da Capital. Enquanto nos distritos todos assistem mais seriamente, na Capital é um grande festejo, o povo comemora e vibra com cada cena que aparece no telão. Isso se justifica pelo fato de que os indivíduos da Capital não conhecem a realidade dos distritos, uma vez que a Capital é a única região desenvolvida e rica de Panem, e onde os Jogos Vorazes são simplesmente diversão e entretenimento.

Na cena onde Hemingway, o mentor de Katniss e Peeta, conversa com o idealizador dos Jogos, logo após atitude de respeito de Katniss diante da morte da competidora Rue, ter desencadeado uma revolta no Distrito 11, deixa claro o uso dos Jogos como uma forma de manipular o povo. Hemingway fala para Seneca:

- Sei que pode controlar o povo, já fez isso antes. Se não pode amedrontá-los, dê a eles algo em que possam acreditar.
 - Por exemplo?
 - Amor de jovens.
- (JOGOS ..., 2012, 50min)

Hemingway convence Seneca a não matar Katniss, uma vez que, fazendo isso, estaria transformando ela em um mártir para o povo, incentivando ainda mais o surgimento de revoltas nos distritos. Porém, se desse ao povo algo em que pudessem acreditar, eles voltariam ao estado de alienação, de mero espectadores. Um amor entre dois participantes teria esse poder, controlaria qualquer revolta que pudesse surgir e daria ao povo o que eles querem, ainda que seja somente um espetáculo ficcional. Como Morin (2007) afirma, os personagens precisam causar apego, amor, ternura, dessa forma, o espectador se reconhece neles, transportando para si aquilo que os personagens estão vivendo na televisão.

Para que os cidadãos de Panem continuem torcendo pela vitória de Katniss e Peeta, Hemingway precisa estimular que os dois tenham um romance, ainda que seja somente aos olhos do público. Dessa forma, conseguiriam apoio popular, mais patrocínios e chances de vitória. Na cena em que Katniss dá um beijo na bochecha de Peeta (Figura 24), que estava gravemente machucado, Hemingway envia um presente para eles como patrocinador. Junto com o presente, estava um bilhete escrito: 'Você chama isso de beijo?'. Katniss entende que precisa criar um clima de romance com Peeta para agradar a audiência, fazer o público acreditar nesse romance entre os heróis.

Figura 24: Katniss beija Peeta



Fonte: Filme Jogos Vorazes

No final dos Jogos, quando restam vivos somente Katniss e Peeta, a regra de vencedor que havia sido alterada, permitindo que dois pudessem vencer, é revogada, mostrando o poder e autoridade do governo. Essa nova mudança de regra é um recado claro de que o governo é absoluto, além de destruir a imagem ascendente de Katniss com o povo, já que teria que duelar com seu amor para sobreviver, acabando com o amor idealizado pelos espectadores. Retomando o que afirma Adorno e Horkheimer (2009), a Indústria Cultural mantém uma eterna esperança no espectador, de forma que esse nunca se sinta plenamente feliz, nunca consiga atingir seu objetivo.

Desafiando as regras impostas pelos organizadores do jogo, Katniss e Peeta, então, planejam se matar juntos, comendo uma fruta venenosa (Figura 25). Com receio de novamente criar um mártir para o povo, que poderia se inspirar nos dois e começar uma rebelião contra o governo, a mesma voz que anunciara a volta da regra antiga, interrompe os dois antes de comerem a fruta e anuncia o casal como os grandes vencedores daquela edição dos Jogos Vorazes. Assim, o presidente Snow conseguiria manter o controle sobre os cidadãos e ainda passar a imagem de um governo que cuida do seu povo, caridoso.

Figura 25: Katniss e Peeta prestes a comer a fruta envenenada



Fonte: Filme Jogos Vorazes

Na última cena analisada, Katniss e Peeta estão sendo entrevistados pelo apresentador do programa que transmite os Jogos Vorazes (Figura 26), enquanto a plateia da Capital está eufórica. Katniss é orientada por Hemingway a confirmar seu amor por Peeta, que surgiu durante os Jogos. O final feliz, através do romance idealizado e aplaudido por todos, demonstra, como afirma Adorno e Horkheimer (2009), como a Indústria Cultural transmite aquilo que o público almeja como felicidade, preparando toda trama, que sempre se repete, para prender a atenção do espectador, buscando uma identificação com o que está sendo transmitido.

Figura 26: Katniss e Peeta sendo entrevistados



Fonte: Filme Jogos Vorazes

Mesmo com o enfrentamento de Katniss contra as regras impostas pelos organizadores e pelo governo, os Jogos Vorazes acabaram com o final feliz idealizado, o amor superando todas as dificuldades e, no final, vencendo. O povo, consegue assim uma satisfação, embora sua realidade nunca se aproxime do que está vendo na televisão, e o governo consegue manter seu controle sobre essa massa (ADORNO; HORKHEIMER, 2009).

Como foi possível identificar, através da análise feita sobre o filme e das cenas selecionadas, durante toda a trama ficam evidentes os momentos em que o governo faz uso da transmissão dos Jogos Vorazes para alienar e controlar o povo. Desde o início, com a convocação de crianças de cada distrito, que demonstra o poder do governo sobre os cidadãos, junto com a imagem de governo que cuida do povo, evidenciado através do vídeo que fala sobre os Jogos Vorazes, no dia da Colheita.

Há uma grande espetacularização dos violentos Jogos Vorazes, transformado em um programa de televisão, como os *reality shows* dos dias atuais. Tudo nele é pensado como um grande roteiro de filme, transformando os jovens selecionados em heróis, pretendendo criar uma identificação entre eles e o público (MORIN, 2007). Os desfiles, com roupas preparadas por estilistas e exibidos em

uma arena lotada, mostrando os Tributos para o presidente Snow, líder da nação, que aparece sempre em posição superioridade perante todos.

Os Jogos servem como entretenimento e esperança para o povo, que encontram nesses Jogos Vorazes uma fuga de sua realidade (ADORNO; HORKHEIMER, 2009). Os Jogos contam com uma grande central de transmissão, exclusiva para editar e transmitir somente aquilo que é de interesse de seus organizadores e, logicamente, do seu presidente. Como afirma Lima (2000), tudo é preparado para o público específico, e esse, por sua vez, deve consumir somente aquilo que é oferecido ao seu grupo.

Os jogadores, por sua vez, compreendem que seu sucesso depende de sua simpatia, e não somente de suas habilidades na arena de batalha. O povo quer ver um espetáculo, algo que os encante e desperte a vontade de torcer por seus favoritos (ADORNO; HORKHEIMER, 2009).

Os participantes são transformados em objetos de diversão para o público, que ignoram o fato de jovens estarem se matando. A audiência absorve o que vêem como um mero espetáculo televisivo e aceitam mais facilmente sua realidade, transportando seus sonhos e anseios para aquela batalha, ignorando a realidade em que vivem, pois a imagem exerce um poder muito forte sobre o indivíduo (BORDIEU, 1997). Enquanto para o governo, esses jogos servem para reafirmar sua soberania ao povo, como uma ferramenta de propaganda e difusão da sua ideologia, além de servir para alienar a sociedade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta monografia buscou identificar o uso dos meios de comunicação de massa para influenciar e alienar a sociedade dentro do contexto do filme Jogos Vorazes. Mesmo que a narrativa do filme nos leve a um futuro distópico, e que se trate de um filme de ficção científica, foi possível encontrar um paralelo com as teorias de Comunicação de Massa, Indústria Cultural e semelhanças com governos autoritários que se estabeleceram na nossa história.

Por se tratar de um filme de fantasia, há um exagero na caracterização desse governo autoritário, ele é o extremo do que seriam esses governos na vida real. Seria algo inaceitável para nossa realidade. A pesquisa bibliográfica revelou que é possível encontrar grandes semelhanças neste filme de ficção científica com as intenções que eram usados os meios de comunicação de massa e como foram utilizados por governantes totalitários reais.

A Indústria Cultural e sua busca visando padronizar e alienar as pessoas através da Comunicação de Massa, com o objetivo de vender ou passar algum ideal, utilizando-se da arte e do entretenimento como ferramenta, distorce o objetivo real da arte e padroniza o que deve ser passado e assimilado pela população.

Compreendendo como os governos autoritários fizeram uso dessas ferramentas para controlar o povo e a tentativa de transformar a sociedade em uma massa homogênea na forma de pensar, foi possível notar a importância da comunicação para o sucesso de qualquer governo. A exaltação do líder, tanto usada por Hitler, Mussolini, Stalin e Mao Tse Tung, que diferem de ideais, mas aproximam-se das formas de uso das ferramentas de comunicação, mostra a importância que esses líderes deram para as propagandas dos seus governos. Esses sistemas totalitários precisam controlar os veículos de comunicação para que o povo consuma somente aquilo que é do interesse de seus líderes. Dessa forma, o governo pauta o que será discutido e aquilo que será passado como verdade para o povo.

Com a pesquisa bibliográfica realizada, podemos encontrar diversas semelhanças do governo autoritário de Panem com os governos totalitários que já existiram. Apesar de se tratar de uma ficção científica e estar ambientado em um futuro distópico, o governo de Panem, utiliza-se de técnicas semelhantes aos governos totalitários apresentados na parte teórica deste trabalho.

O controle absoluto de todos os meios de comunicação e a grande valorização desses meios, mostrada em uma grande central de edição televisiva, que controlava tudo que deveria ser transmitido e manipulava os jogos conforme o interesse dos organizadores.

A utilização dos Jogos Vorazes como um grande espetáculo midiático, transformando esses jogos em um programa de televisão, em puro entretenimento, criando enredos e heróis para o povo, busca a alienação da população de Panem. O uso dos meios de comunicação para passar a imagem de governo que protege e cuida dos seus cidadãos e a valorização da figura do grande líder, sempre colocando o presidente Snow acima de todos, serve para fazer o povo continuar obediente e acreditar que o sistema de Panem é a melhor alternativa.

Foi possível concluir que a espetacularização dos Jogos Vorazes serve, na trama do filme, como ferramenta de manutenção de poder do presidente Snow, buscando alienar o povo e reafirmar o poder do governo sobre os cidadãos de Panem, como podemos identificar pelo uso dos meios de comunicação de massa e no paralelo demonstrado com a Indústria Cultural.

Tive grande satisfação em realizar essa pesquisa, pois como apaixonado por cinema e comunicação, encontrar fragmentos em um filme de ficção científica, contextualizando com teorias de comunicação foi um exercício satisfatório que me trouxe muita alegria. Ao mesmo tempo em que é um pouco assustador identificar em um filme que apresenta um futuro distópico, encontrar na realidade tantas semelhanças. Espero que essa pesquisa possa contribuir, de alguma forma, para mais pessoas que também se interessem pelo assunto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar: 1985.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. O iluminismo como mistificação das massas. In: ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução Maria Lucia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

COHN, Gabriel. In BACCEGA, M.A. **Comunicação e Culturas do Consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.

DOMENACH, Jean Marie. **A Propaganda Política**. Edição Ridendo Castigat Mores, Versão para e-book disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/proppol.html>
Data não informada, acesso em: Maio de 2016.

FISSORE, Gianpaolo. **Benito Mussolini - Grão-mestre da ditadura**. Disponível em: http://www.brasil247.com/pt/247/revista_oasis/119810/Benito-Mussolini---Gr%C3%A3o-Mestre-da-ditadura.htm. Acesso em: Maio de 2016.

HITLER, Adolf. **Mein Kampf (minha luta)**. São Paulo: Moraes, 1983.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Paulo: Aleph, 2009.

JOGOS Vorazes. Direção: Gary Ross. Estados Unidos: Lionsgate, 2012. 142 min.

LIMA, Luiz Costa. **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

LINSHAN, Hua. **Os anos vermelhos: memórias sobre a revolução cultural chinesa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1987.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

MARCUSE, Herbert. **A Ideologia da Sociedade Industrial**. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1975.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no Século XX: neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

POYARES, Walter Ramos. **Comunicação social e relações públicas**. Rio de Janeiro: Agir, 1988.

RUDIGER, F. **Theodor Adorno e a crítica à Indústria Cultural: comunicação e teoria crítica da sociedade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

TCHAKHOTINE, Serguei. **A violação das massas pela Propaganda Política**. Edição Ridendo Castigat Mores, Versão para e-book disponível em: <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/violacao.html> Data não informada, acesso em: Junho de 2016.

VANOYE, François; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. **Ensaio sobre a análise fílmica**. Campinas: Papyrus, 2005.

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