

LARANJA MECÂNICA E A INDÚSTRIA CULTURAL

DOUGLAS GARCIA DUTRA¹;
MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO².

¹*Universidade Federal de Pelotas – douglas.dutra @ufpel.edu.br*

²*Universidade Federal de Pelotas - marislei.ribeiro @cead.ufpel.edu.br*

1. INTRODUÇÃO

O trabalho visa analizar a obra *Laranja Mecânica*, do escritor inglês Anthony Burgess, adaptada para o cinema por Stanley Kubrick, um importante marco cultural do século XX, através da ótica da Escola de Frankfurt, conhecida como Indústria Cultural, inaugurada pelos filósofos ADORNO; HORKHEIMER (2002).

O livro, publicado em 1962, e o filme, que estreou em 1971, exerceram grande impacto na cultura ocidental, tornando-se comparável a outros clássicos da distopia, como *1984*, de George Orwell, e *Admirável Mundo Novo*, de Aldous Huxley.

Para Adorno e Horkheimer a arte na sociedade capitalista torna-se apenas mais um produto, sujeito às leis da oferta e da demanda, desencorajando uma visão crítica da arte, fazendo com que as pessoas procurassem apenas a arte a qual estivessem habituadas (THOMSON, 2010).

A ideia de *indústria cultural*, fundada pelos pensadores da Escola de Frankfurt, permanece atual e amplamente estudada na área da comunicação, podendo abranger tanto os estudos em jornalismo, quanto a prática em publicidade.

Dentro desse contexto, o presente trabalho visa apresentar algumas reflexões sobre o fenômeno da comunicação, estudado na disciplina de Introdução à Comunicação, ao relacionar teoria/prática, bem como encontrar os elementos descritos pela indústria cultural no livro e filme *Laranja Mecânica*.

2. METODOLOGIA

Este trabalho foi feito através da análise do livro *Laranja Mecânica*, de Anthony Burgess, publicado no Brasil pela Editora Aleph, e do filme homônimo, dirigido por Stanley Kubrick e distribuído pela Warner Bros., com base nas ideias de Adorno e Horkheimer, fundadores da Escola de Frankfurt e criadores do conceito de Indústria Cultural.

As duas obras (livro e filme) foram analisadas em conjunto, no entanto, foi dada atenção especial ao filme, por ter tido mais impacto e ser uma obra mais acessível.

A análise do conteúdo foi feita de maneira qualitativa, comparando-o em relação à teoria em que foi focado. Para Herscovitz (2007), a análise de conteúdo da mídia, consiste em um dos métodos mais eficazes para rastrear civilizações, devido a sua qualidade e capacidade de fazer inferências sobre algo que foi gravado ou impresso. Serve também para descrever e classificar produtos, formatos e gêneros jornalísticos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A amplitude dos processos comunicacionais obriga as teorias que se propõem a estudá-los a delimitar sua área de estudo. Também, é possível empregar diferentes pressupostos teóricos e diversas linhas. Assim, um contexto em que acontece um determinado fenômeno da comunicação, seja histórico, cultural, social, etc., pode levar a um recorte de uma abordagem teórica. Além disso, as teorias que estudam a comunicação são múltiplas e vários teóricos estão ressaltando a carga simbólica no processo da comunicação.

A expressão Indústria Cultural foi utilizada pela primeira vez, por meio de um ensaio de Horkheimer denominado: Arte e Cultura e Massa, em 1940. Conforme esse autor, a cultura era criada por um modelo empresarial de produção. Entretanto, o conceito teve seu ápice, no livro Dialética do Esclarecimento, escrito por Adorno e Horkheimer nos Estados Unidos, em 1947. A Escola de Frankfurt surgiu dentro do Instituto Para Pesquisa Social da Universidade Goethe de Frankfurt, tendo seus principais idealizadores de origem marxista. Apesar das diferenças de visões entre os diversos pesquisadores de Frankfurt, todos partem de uma premissa marxista hegeliana. Além de Adorno e Horkheimer, outros frankfurtianos se destacam, como Herbert Marcuse e Jürgen Habermas (MARTINO, 2014).

De fato, o conceito de Indústria Cultural é o resultado de um estudo teórico sobre as relações entre a cultura e a modernidade. “À primeira vista, Indústria Cultural é o conjunto das instituições sociais vinculadas à produção e distribuição de bens simbólicos. Editoras, gravadoras, jornais, agências de publicidade, redes de rádio e televisão, provedora de conteúdos para web, são parte desse complexo” (MARTINO, 2014, p.53). Na indústria cultural, o que orienta a produção é o lucro. A cultura é transformada pela técnica e torna-se um produto.

Nesse sentido, os mecanismos de apropriação da indústria cultural, trabalham para adaptar certos elementos culturais, o quanto for necessário em prol do sucesso imediato. No caso de uma obra ser transformada em filme, personagens e cenas são transformados ou cortados, personagens secundários são destaque e assume a função de protagonistas.

No que tange ao objeto de estudo, a obra se passa em um futuro distópico na cidade de Londres, em que seus habitantes vivem em um torpor alienado. Alex, o protagonista, é um jovem delinquente que, apesar de seus atos, possui amplo conhecimento erúdito e sagacidade, nesse aspecto, é possível traçar um paralelo com o protagonista de *Admirável Mundo Novo*, Bernard Marx, que, como Alex, é o “ponto fora da curva” de um sistema falido (SILVA, 2002).

A decadência moral e cultural é percebida, em especial, no filme, em que o diretor Stanley Kubrick exalta a aparência *kitsch*. Além disso, é perceptível a alienação da sociedade e o distanciamento que Alex possui desse ambiente, pela maneira em que ele é mostrado como superior pelo seu conhecimento diante do ambiente que habita.

Na obra também é visível a crítica à modernidade, pela coisificação das pessoas e a natureza de dominação. Segundo Rüdiger (2011) “a modernidade, cujo projeto se colocou sob abrigo da razão, visa à emancipação e à autorrealização do ser humano, mas seu resultado histórico é, antes, o contrário, a racionalização da dominação social, a destruição da natureza e a coisificação do homem.”

4. CONCLUSÕES

Com este trabalho, é possível observar diversos elementos importantes para o estudo da comunicação em *Laranja Mecânica*. Além de observações pontuadas pelos estudos da indústria cultural, é perceptível também elementos de outros estudos da área da comunicação, como a hipótese de *agenda setting*, formulada por Maxwell McCombs e Donald Shaw, em que se propõe a ideia de que o público tende a considerar mais importantes os assuntos tratados com destaque pela mídia (MARTINO, 2014).

Em suma, além de *Laranja Mecânica*, outras análises poderão ocupar-se das ideias da Escola de Frankfurt em outros ícones culturais, como os filmes *De Volta Para o Futuro* e *O Poderoso Chefão*.

Portanto, a execução do trabalho, realizado na referida disciplina, permitiu um aprofundamento da teoria da Indústria Cultural, além de motivar outras investigações no campo da comunicação e na pesquisa em Jornalismo. Tal área de estudo, por sua amplitude, estabelece, também, a possibilidade de elaborar problemáticas interdisciplinares.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- BURGESS, A. **Laranja Mecânica**: Edição especial de 50 anos. São Paulo: Editora Aleph, 2012.
- DUTRA, D. **Laranja Mecânica**. Take a Breath, Junho 2015. Acessado em 30 jun. 2016. Online. Disponível em: <http://blogtakeabreath.blogspot.com.br/2015/06/laranja-mecanica.html>.
- LARANJA Mecânica**. Direção: Stanley Kubrick. Warner Bros. 1971.
- HERSCOVITZ, H. G. Análise de Conteúdo em Jornalismo. In: LAGO, C.; BENNETI, M. (org.) **Metodologia da Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- MARTINO, L. M. S. **Teorias da Comunicação. Ideias, conceitos e métodos**. Petropólis: Vozes, 2014.
- RÜDIGER, F. **As teorias da comunicação**. Porto Alegre: Penso, 2011.
- SILVA, D. R. D. **Adorno e a Indústria Cultural**. Revista Urutáqua. Maio de 2002. Acessado em 30 jun. 2016. Online. Disponível em: http://www.urutagua.uem.br//04fil_silva.htm.
- THOMSON, A. **Compreender Adorno**. Petrópolis: Vozes, 2010.