



Direção de Garth Jennings; EUA; 2016

INDÚSTRIA CULTURAL E MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA EM “SING: QUEM CANTA SEUS MALES ESPANTA”

A animação “Sing: Quem canta seus males espanta” produzido pela Illumination Entertainment, lançado em 2016, conta a história do Coala Buster que é dono de um teatro que está em total decadência devido ao fato de que não consegue mais chamar a atenção do público para os seus espetáculos que outrora lotavam o teatro. Tentando mudar essa situação para evitar que o teatro feche as portas, Buster tem a ideia de criar um concurso musical oferecendo um prêmio em dinheiro de mil dólares, porém acaba ocorrendo um erro de digitação nos cartazes e o prêmio oferecido acaba sendo de cem mil dólares, e isso faz com que a cidade entre em alvoroço e olhos de todos se voltam ao teatro novamente. Nas audições são selecionados alguns candidatos e a partir daí surgem várias questões como: conflitos familiares, decepções amorosas e superação de medos.

A partir da análise do enredo do filme neste texto vamos discutir as teorias elaboradas por Theodor Adorno, Max Horkheimer sobre indústria cultural, que envolve o papel dos meios de comunicação de massa na sociedade, a produção de bens culturais padronizados com finalidade de obter lucro e a popularização do acesso à arte.

Adorno e Horkheimer (1985) inauguram o termo Indústria cultural em 1947 no capítulo “A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas” do livro “Dialética do esclarecimento”. Ao fazer uma análise da situação da arte no contexto da sociedade capitalista industrial chegam à conclusão de que a arte deixou de ser um produto autêntico e exclusivo de

determinadas camadas sociais e passa a ser fabricada em larga escala de forma padronizada com finalidade de obter lucro e que os meios de comunicação de massa vão trabalhar com a massificação da arte com o intuito de uniformizar o pensamento das pessoas:

“[...] cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto. Até mesmo as manifestações estéticas de tendências políticas opostas entoam o mesmo louvor do ritmo de aço” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 99).

Vemos esse conceito representado na cena do filme no momento em que Buster tenta moldar a identidade artística dos candidatos para um estilo mais popular e que chame atenção do público para o teatro, tratando a arte como um produto a ser consumido.



Na cena acima, vemos Buster interferindo nas preferências artísticas da candidata Ash (a Porco Espinho) para que ela tenha uma imagem de adolescente romântica para atingir a massa. Também faz com ela cante músicas mais pop do que rock que o seu estilo.

Buster representa perfeitamente a lógica da indústria cultural, que produz bens culturais com foco exclusivamente no lucro, fazendo com que a arte em si perca o seu valor original. Desse forma, Buster vai transformando os candidatos em uma espécie de cantores pop, com músicas de batidas contagiantes e letras superficiais para atingir o grande público que acaba consumindo essa arte sem refletir sobre ela.

No filme também se percebe o papel dos meios de comunicação de massa que servem como propagador da ideologia do consumo na qual a Indústria Cultural está pautada. Através de propagandas e anúncios na televisão, rádio, internet e outros meios de comunicação a massa é estimulada a consumir esses bens culturais que são produzidos de forma padronizada.



Na cena acima vemos uma emissora de televisão fazendo imagens do espetáculo que até então não despertou tanto interesse do público, que quase não compareceu ao teatro.



Nesta cena seguinte vemos o início da apresentação de Rosita e Gunter (Porcos), que estão cantando e dançando a música “Shake It Off” da cantora pop Taylor Swift.



A partir desta segunda apresentação, as pessoas que estão assistindo ao noticiário começam a se sentir estimuladas por aquilo que está sendo reproduzido e começam a ir em direção ao teatro para assistir as apresentações. Nessas três cenas vemos a forma que os meios de comunicação de massa são um dos principais aspectos da indústria cultural e como através

de suas propagandas e anúncios a ideologia do consumo é passada para a sociedade que acabar por consumir esses bens culturais de forma alienada.



Outro aspecto da indústria cultural que se nota no filme é o da popularização da arte, que outrora se detinha a locais apenas a locais exclusivos agora passa a ter um alcance muito maior. Embora Adorno e Horkheimer (1985) vejam a indústria cultural como algo prejudicial às pessoas, por torná-las alienadas em relação à arte que consomem, sem refletir sobre o seu real valor. Assim, o show promovido em Sing, ao final do filme promove satisfação aos indivíduos de forma compensatória e efêmera, submetendo-os monopólio de uma arte majoritária tornando-os acríticos, característica de uma cultura de subserviência.

REFERÊNCIAS

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

Douglas Pereira Pinheiro

Graduando em Ciências Sociais UFPA