

---

# “CLUBE DA LUTA”: AS FORMAS DE APROPRIAÇÃO DO ESPETÁCULO E DO CONSUMO PELA ESTÉTICA CINEMATOGRAFICA

Giovanna Betine\*

---

## Índice

Introdução . . . . .	1
1 Clube da Luta – o enredo . . . . .	3
2 Interpretações e ideologias: as entrelinhas do filme . . . . .	5
3 O papel do espectador . . . . .	8
Considerações Finais . . . . .	9
Referências . . . . .	10

## Introdução

O PRESENTE artigo se propõe a estudar de que maneira o Cinema recebe as influências da atual sociedade do espetáculo e do consumo. Para isso, o filme *Clube da Luta* (1999) será objeto de análise no sentido de evidenciar tais ideologias e quais os elementos estéticos que tornam possível identificar a linguagem do espetáculo. Faz-se interessante detectar quais e de que maneira a indústria cultural produz anseios de consumo no indivíduo para que seja possível compreender como o Cinema se apropria desta tendência nas produções fílmicas.

*Clube da Luta* reúne características que tanto atendem os desejos da cultura de massa como também é possível perceber sutilezas que exigem do espectador não apenas atenção e criticidade ao que se assiste, mas também conhecimento prévio sobre ideologias capitalistas e as consequências ao homem moderno, no caso de *Clube da Luta*. Assim sendo, numa mesma produção encontramos o

*entretenimento*, que atende ao grande público; e a estética cinematográfica, que alicerça o Cinema como *Arte*.

A palavra “estética” vem para “designar a reflexão filosófica sobre a arte” (Jimenez, 1999: 9). Ainda, “acontece com a estética o mesmo que acontece com a filosofia, em que a arte de colocar os problemas é muitas vezes mais importante do que a solução” (Jimenez, 1999: 17). Por último, Jimenez (2009: 20) coloca que a estética, “enquanto disciplina em si mesma, tem a autoridade de refletir sobre a arte e sobre as obras, forjando um universo conceptual constitutivo de um saber”. Logo, além de serem conciliáveis, *Arte* e *entretenimento* se complementam a fim de proporcionar ao espectador o *prazer consciente* pela obra.

O Cinema se consolidou como *Arte* a partir do momento em que consolida, também, uma linguagem própria, independente do Teatro e da Literatura, por exemplo. Apesar de não haver dúvidas entre teóricos e pesquisadores do Cinema de que ele impulsiona no espectador um papel atuante e crítico, muito já se discutiu que a velocidade das imagens, a pirotecnia dos efeitos especiais e o caráter industrial do Cinema servem como um espetáculo visual e narcotizante ao indivíduo.

Porém, a relação entre *Arte* e Indústria não afeta a aura do Cinema como um todo. Não se descarta que há produções cinematográficas que optam pelo mediano, pela subestimação do seu espectador. Mas isto é um problema que se atribui aos filmes que assim se mostram, e não ao Cinema.

---

\*Possui graduação em Jornalismo pela Universidade de Marília (2008). É mestre em Comunicação Social pela Universidade de Marília (2010), cuja linha de pesquisa é “Ficção na Mídia”. Integra o Grupo de Pesquisa “Comunicação, Cultura e Sociedade”, linha “Comunicação, Cultura e Linguagens Audiovisuais”, da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat); Email: gicabetine@gmail.com

© 2018, Giovanna Betine.

© 2018, Universidade da Beira Interior.

O conteúdo deste artigo está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e do(s) seu(s) autor(es). O artigo, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es).

De fato, o cinema é uma indústria, mas há que convir que a construção de catedrais também foi, literal e materialmente falando, uma indústria, pela magnitude dos meios técnicos, financeiros e humanos que exigia, o que não impediu a elevação desses prédios rumo à beleza. Mais que seu poder industrial, é o comercial que constitui uma grave desvantagem para o cinema, porque a importância dos investimentos financeiros que necessita o faz tributário dos poderosos, cuja única norma de ação é a da rentabilidade; estes acreditam poder falar em nome do gosto do público em função de uma suposta lei da oferta e da procura, cujo jogo é falseado porque a oferta modela a procura a seu bel-prazer. [...] Felizmente, isso não impede sua instauração estética, e a curta vida do cinema produziu suficientes obras-primas para que se possa afirmar que o cinema é uma arte, uma arte que conquistou seus meios de expressão específicos e libertou-se plenamente da influência de outras artes (em particular do teatro) para fazer desabrochar suas possibilidades próprias com toda a autonomia (Martin, 2007:15).

Martin verifica no Cinema uma relação entre a Arte e a indústria que, se não for harmoniosa, é necessária. Critica, acima de tudo, o potencial comercial que tem o Cinema, isto sim responsável pela banalização do artístico em benefício daquilo que apenas vende, que gera lucros aos magnatas da indústria em busca de uma bilheteria astronômica. Mas, no momento em que a linguagem cinematográfica é usada em sua vastidão e complexidade, a sétima arte consegue ser tão expressiva quanto as demais manifestações artísticas existentes. Isto, porém, não foi o suficiente para que os filósofos de Frankfurt amenizassem o embate da chamada “indústria cultural”.

Sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica, e seu esqueleto, a ossatura conceitual fabricada por aquele, começa a se delinear. Os dirigentes não estão mais sequer interessados em encobri-lo, seu poder se fortalece quanto mais brutalmente ele

se confessa de público. O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. Eles se definem a si mesmo como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos.

Os interessados inclinam-se a dar uma explicação tecnológica da indústria cultural. O fato de que milhões de pessoas participam dessa indústria imporia métodos de reprodução que, por sua vez, tornam inevitável a disseminação de bens padronizados para a satisfação de necessidades iguais (Adorno; Horkheimer, 2006: 100).

Nesta pesquisa pretende-se estudar que o Cinema é dotado de uma linguagem, de uma estética que se apropria – em maior ou menor grau – de um código que posteriormente motivará ideologias. É certo que num mundo onde as fronteiras são cada vez menores – e até mesmo imperceptíveis – a Comunicação, sujeita à globalização e aos ideais do capital, atenda a uma linguagem cada vez mais padronizada, isto é, que seja levada ao maior número de pessoas como também agrade ao maior número delas. Dessa forma, a lógica do consumo é apropriada pela mídia (no caso deste artigo, Cinema) em forma de espetáculo, efeitos especiais, velocidade, entre outros.

Tendo em vista que este estudo se concentra na abordagem da indústria cultural e sociedade de massa, da linguagem cinematográfica e sua estética, o filme *Clube da Luta* se torna pertinente por conter tais discussões. Trata-se de uma produção voltada para o grande público em virtude da violência como temática, das imagens velozes e impactantes e por ser estrelada por Brad Pitt, Edward Norton e Helena Bonham Carter, atores provenientes da indústria hollywoodiana e, portanto, conhecidos mundialmente, o que por si só já se configura como atrativo de bilheteria. O filme é dirigido por David Fincher, que alia a linguagem e técnica cinematográficas como artifícios que valorizam a interpretação bem como a expressividade da imagem, sem ignorar os anseios de Hollywood.

## 1 Clube da Luta – o enredo

Clube da Luta (1999) é baseado no livro homônimo do escritor Chuck Palahniuk. Com orçamento de US\$ 63 milhões, o filme arrecadou apenas 37 milhões de dólares (metade do que foi investido) na bilheteria norte-americana, totalizando 100 milhões de dólares somando-se ao resto do mundo<sup>2</sup>. Considerando-se que o cartaz trazia Brad Pitt, um dos maiores astros de Hollywood, e contendo brigas sangrentas ao longo da trama, ou seja, elementos suficientes para atrair grande público, o filme não é bem-sucedido na venda de ingressos.

Se as pessoas foram ao cinema procurando uma obra explosiva em dor e sangue, encontraram um enredo carregado de alusões ao homem moderno e à alienação causada pelo capitalismo. A dor e o sangue em Clube da Luta protagonizam brigas caóticas, entretanto menos importantes do que as metáforas que elas representam. No entanto, passado pouco mais de uma década do lançamento de “Fight Club”, o filme se torna cada dia mais atual. David Fincher, criticado à época, tem em Clube da Luta sua obra-prima.

A plateia que desejou um filme didático, onde a luta se justifica pela própria luta, foi confrontada com cenas incômodas e provocativas, cheias de meandros que atravessam a existência. Clube da Luta, após digerido, é uma produção fílmica que, atendendo às prerrogativas do espetáculo cinematográfico, não se deixa alienar por isso, mas incita o espectador à transgressão de si mesmo, apropriando-se da Arte – e sua estética – para junto ao espetáculo, fazer pensar.

A história começa já nos créditos iniciais, quando David Fincher oferece um prenúncio a respeito da solução do mistério revelado na parte final do filme. Vemos, na abertura, um passeio por neurônios que culmina na primeira cena, quando surge o personagem de Edward Norton. O indício do diretor é claro: tudo o que acontece é fruto da mente deste personagem que, importa ressaltar, ao longo do filme não sabemos ao certo qual o seu nome, ora chamado de Jack, ora Rupert ou Cornelius. Também narrador da trama, “Jack” sofre de insônia (dorme apenas uma hora por noite) e trabalha como investigador de seguros.

A primeira cena, após a viagem pelos neurônios, traz o narrador com um revólver na boca e sua narração dizendo: “sempre me perguntam se eu conheço Tyler Durden”. A partir daí, o filme

retrocede ao começo de tudo. Nos primeiros minutos, ele está de frente a uma máquina de xerox, quando sua narração vem dizer, “tudo é cópia, de cópia, de cópia”. Neste exato momento, vemos um lampejo de imagem muito rápido que aparece ao lado do personagem. Isso se repete, cada vez mais nitidamente, por mais três vezes, sempre em situações emblemáticas da narrativa.

O narrador-personagem vai ao médico para se queixar e procurar um tratamento para sua insônia e sofrimento de viver. Ele inclina suavemente a cabeça para o lado, a câmera se aproxima de seu rosto, e o lampejo de imagem volta a surgir na tela, um pouco mais nítido do que da primeira vez. Aqui, temos a estética cinematográfica exercendo um papel sutil e fundamental: o fato de o protagonista inclinar sua cabeça não é por acaso, como nada no Cinema é. Ao efetuar este gesto é como se ele também visse o lampejo que vemos e, mais, é como se ele reconhecesse do que se trata, numa postura de contemplação pela imagem.

O médico incentiva o personagem de Edward Norton a frequentar grupos de terapias para doentes, a fim de realmente entender o que é sofrimento. Em um dos grupos, alguns homens conversam sobre força e sofrimento. O narrador franze a testa e o lampejo surge pela terceira vez na tela, muito rápido, porém mais nítido, quase formando outra pessoa. Na terapia, conhece Bob, um homem gordo que, após abraçá-lo, chama-o por Cornelius. Esta é a primeira vez que alguém o chama por algum nome.

As visitas aos grupos de terapia se tornam habituais. No encontro do grupo de câncer testicular, chega Marla Singer (Helena Bonham Carter), uma viciada em drogas e com obsessão por suicídio. O personagem-narrador diz que ela arruinou tudo e que não deveria estar ali por não ter câncer testicular – obviamente. Sua narração vai afirmar: “Essa galinha, Marla Singer, não tinha câncer testicular. Ela era uma mentirosa. Não tinha doença alguma”. E depois completa, “se eu tivesse um tumor, eu o chamaria ‘Marla’”. Com essa frase, o espectador é levado a perceber a importância de Marla para a história e o que ela representa de ruim para o personagem de Edward Norton.

Pela última vez, após a euforia do encontro com Marla, o lampejo aparece novamente, rápido o suficiente para se notar o contorno de uma pessoa. O narrador dá seu cartão a Marla, que aponta:

---

<sup>2</sup> Portal de Cinema. Disponível em: [http://portaldecinema.com.br/Filmes/clube\\_da\\_luta.htm](http://portaldecinema.com.br/Filmes/clube_da_luta.htm). Acesso em 17 de agosto de 2012.

“Não tem seu nome! Quem é você? Cornelius? Rupert? Travis? Algum desses nomes idiotas que usa?”.

Após os quatro lampejos de imagens, Tyler Durden (Brad Pitt) passa pela esteira rolante do aeroporto com a narração do personagem de Edward Norton: “Essa é sua vida e se desfaz a cada minuto. Se você acorda em horas diferentes, em lugar diferente, será que pode acordar outra pessoa?”.

Após o narrador imaginar um acidente no avião, Tyler Durden está sentado ao seu lado. Eles conversam um pouco e trocam a seguinte frase: “quer trocar de lugar?”. A frase é dita em seu sentido literal mas, metaforicamente, é ainda mais apropriada. Num outro momento, Tyler pega sua valise debaixo do assento, ao que o narrador replica: “nossas valises são iguais”.

Tyler entrega seu cartão ao personagem-narrador, que pronuncia “Tyler Durden”. Aqui ocorre algo brilhante por parte do diretor e do roteirista do filme, Jim Uhls. Anteriormente, Marla tinha em mãos o cartão de visitas do personagem de Edward Norton, onde verificou a ausência de um nome. No momento presente, o protagonista tem em mãos um cartão onde lê apenas o nome escrito. Trata-se de mais um indício que Fincher lança ao público.

Após sair do aeroporto, o narrador-personagem vai direto ao seu apartamento e se depara com um incêndio. Ele liga para Tyler de um telefone público. Ninguém atende. O telefone toca e Tyler marca um encontro com seu novo amigo. Neste encontro, Tyler demonstra sua personalidade, bem diferente à do narrador. Tyler Durden é carismático, atraente, moderno, crítico, engraçado. Ele também faz duras críticas ao capitalismo, ao consumo e à ausência de individualidade. Essas falas serão esmiuçadas posteriormente, em outra seção do artigo.

Nesta mesma noite, Tyler leva o amigo ao estacionamento vazio do bar e pede que o colega lhe bata o mais forte possível. O narrador resiste e Tyler responde, “como pode conhecer a si mesmo?”, completando que não quer morrer sem nenhuma cicatriz. Os dois começam a briga nutrindo profunda sensação de prazer. Depois bebem e fumam na calçada.

A convite de Tyler, os dois vão morar juntos. O lugar é escuro, sujo, sem conforto. As brigas entre os dois se tornam usuais, como uma espécie de terapia que, por sinal, após conhecer Tyler, o narrador já não frequenta mais. As lutas começam a ter plateia e novos participantes, até o momento em que ficam lotadas. Tyler cria, junto com

o amigo, o “Clube da Luta”, contendo oito regras de conduta. São elas: 1ª regra do clube: você não fala a respeito; 2ª regra: você não fala a respeito; 3ª regra: alguém grita pára, ou sinaliza, e a luta está terminada; 4ª regra: apenas dois caras numa luta; 5ª regra: uma luta de cada vez; 6ª regra: sem camisas. Sem sapatos; 7ª regra: as lutas duram o quanto precisar; 8ª e última regra: se esta for sua primeira noite no clube da luta, você tem de lutar.

Durante as brigas, o narrador não esconde a sensação prazerosa e transgressora que isso lhe provoca, diferente da postura melancólica que tinha no início do filme. As brigas aparecem carregadas de uma violência visceral, onde a intenção não é destruir o outro, mas liberar sensações reprimidas pelas imposições sociais. No “Clube da Luta” o importante não é bater, mas deixar-se apalpar, conviver com a dor inerente à vida que, de maneira sedutora, o capitalismo vai pregar que é possível evitar através do que se compra. O “Clube da Luta” é, metaforicamente, a aceitação da realidade, das cicatrizes causadas pelos tombos e de sentir dor para sentir-se vivo.

Sendo a violência um grande atrativo midiático, que conquista audiência na ficção como também na cobertura jornalística, temos que em Clube da Luta ela conquista o espectador por seu apelo “espetacular”, da transgressão do que se tem como regra de conduta. Mas, também, como mencionado anteriormente, o Cinema se apropria da violência para ressaltar o que está além: “apenas depois de perdermos tudo é que estaremos livres”, frase dita por Tyler em mais um momento em que questiona o capitalismo e justifica a luta como superação, como auto-conhecimento da própria natureza. O narrador-personagem, mesmo saindo das brigas com o rosto ensangüentado, explica em sua narração que o “Clube da Luta” não é sobre ganhar ou perder, e compara que o grito que sai de cada garganta é semelhante ao que se ouve em uma Igreja Pentecostal.

Marla volta a surgir na vida do narrador, que se assusta por ela ter conseguido o telefone de Tyler Durden, mais uma pista fornecida pelo diretor. Já que Marla e Tyler não se conheciam, ela não poderia ter seu número, mas apenas o cartão sem nome que o personagem de Edward Norton lhe entregara na calçada. Este tem um sonho com uma relação sexual entre ele e Marla e, no dia seguinte, após ela ter dormido na casa de Tyler, ela insinua ao narrador que eles fizeram sexo. Entretanto, o que ouvimos é o barulho de relações sexuais entre ela e Tyler, através de gritos que misturam dor e prazer. É curioso ressaltar que Marla aparece ora

com Tyler, ora com o narrador, mas nunca com os dois.

O narrador recebe uma ligação da polícia que informa o que causou a explosão em seu apartamento, descobrindo que foi fruto de produtos caseiros. Quando o narrador e Tyler se conhecem, Tyler menciona que é possível fazer qualquer explosivo a partir de produtos caseiros. O narrador não se conforma com o que ouve da polícia e Tyler incentiva: “diga a ele que foi você que explodiu”, em mais um indício que o filme oferece.

Em uma determinada noite, Tyler ensina o amigo a fazer sabão, posto que essa é sua profissão. Os dois pegam banha em uma clínica de lipoaspiração e o sabão produzido é vendido a preços caros à indústria. Tyler mais uma vez ironiza o capitalismo ao dizer que madames retiram suas banhas em clínicas para depois comprá-las em forma de sabonetes. Tyler ensina todas as etapas para se produzir o sabão, intercalando com explicações sobre explosivos. Ele joga um pó branco na mão do narrador e, imediatamente, o produto começa a corroer sua mão. Ele se desespera por completo, recorrendo a pensamentos de meditação, os mesmos que usava nos grupos de terapia para doentes. Tyler percebe e o repreende, dizendo que ele tem que enfrentar a dor sem se “mandar para outro lugar”. Mostra sua mão, que também foi corroída e, ao final da “tortura”, arremata: “Parabéns. Você está mais próximo do fundo do poço”.

O narrador-personagem, numa conversa com seu chefe, inicia uma luta sangrenta consigo mesmo. Na verdade, isso é o que se vê. O que aparenta é que ele briga com alguém, talvez com Tyler devido à linguagem informal que usa para falar com seu agressor invisível.

O “Clube da Luta” toma proporções maiores e se transforma no Projeto Destruição, clubes da luta por todo o país onde a mesma ideologia de resistência às opressões da vida é transmitida aos novos adeptos. Tyler confessa ao narrador que foi ele quem explodiu seu apartamento, para o susto do colega. Diz que atingir o fundo do poço não é moleza e o manda relaxar. Depois, vai embora deixando o personagem de Edward Norton completamente solitário. O narrador chega num bar à procura do amigo e o homem que está atrás do balcão diz que ele já esteve lá. Confuso, mas interessado, pergunta: “Quem você pensa que eu sou? O homem responde: “você é o senhor Durden”, e mostra sua mão também corroída.

<sup>3</sup> Da Redação. Disponível em: [www1.folha.uol.com.br/fol/geral/cinema.htm](http://www1.folha.uol.com.br/fol/geral/cinema.htm). Acesso em 18 de agosto de 2012.

O narrador fica completamente confuso por não saber mais quem ele é. Liga para Marla para perguntar se eles já fizeram sexo. Marla se irrita com a pergunta, que para ela é óbvia. O detalhe é que eles nunca tiveram qualquer relação, mas sim ela e Tyler. Ela chama o narrador-personagem de Tyler Durden. Ao desligar o telefone, o narrador dá de cara com Tyler Durden. Desnorteado, pergunta por que o estão confundindo. Começa, assim, a ter *flashbacks* em sua mente até que lhe vem a revelação: eles são a mesma pessoa. Os quatro lampejos de imagens vistos no início do filme são a formação do alter-ego do narrador-personagem, alter-ego bem diferente do verdadeiro Tyler. A criação de sua mente, o Tyler de sua mente, só existe por conta da insatisfação que o verdadeiro Tyler tem em relação à sua própria vida e por ser tão refém dos apelos ao consumo.

O verdadeiro Tyler Durden dá um tiro em sua própria boca, matando seu alter-ego. Ele e Marla ficam juntos e, agora, com um Tyler possuído pelos ideais de dor, auto-punição e liberdade. Quando o filme termina, o trecho da música que toca traz em seus versos a letra: “sua cabeça vai surtar, mas não há nada lá dentro. E você vai se perguntar: onde está minha mente?”.

## 2 Interpretações e ideologias: as entrelinhas do filme

No dia 3 de novembro de 1999, o filme “Clube da Luta” reacenderia uma velha discussão: filmes violentos influenciam atos violentos na vida real? Em uma das salas de cinema do Morumbi Shopping, em São Paulo, o estudante de Medicina, Mateus da Costa Meira, aproveitou a sessão de Clube da Luta para atirar nos espectadores da sala 5. Na ocasião, ele matou três pessoas e feriu cinco. Em depoimento à polícia, Mateus disse que escolheu este filme para efetuar os assassinatos, pois o personagem principal era esquizofrênico, assim como ele<sup>3</sup>.

À época do tiroteio, Mateus da Costa Meira cursava o sexto período de Medicina na Santa Casa de Misericórdia, em São Paulo, e fazia estágio em oftalmologia. Pertencente à classe média alta, o rapaz foi descrito por pessoas próximas a ele como sendo alguém com problemas de relacionamento. Por conta disso, chegou a receber tratamento psicológico devido a atritos causados por conta de sua personalidade. No inquérito, Meira confessou que

havia imaginado esse crime há sete anos. O psiquiatra do estudante chamou a atenção para o uso de drogas como responsável para o ocorrido. No apartamento do estudante de Medicina foi encontrado o bilhete: “mídia, realidade, sociedade hipócrita. Isso é culpa das drogas. Eu não sou assim”. Em vista do que aconteceu no cinema, o filme *Clube da Luta* foi levado à condição de vilão, posto que, como criticavam, encorajava atos como o de Mateus da Costa Meira.

No caso de *Clube da Luta*, a estética cinematográfica se apropria do espetáculo e do consumo para levar, através da ficção, a discussão sobre a languidez do homem moderno, sua condição subalterna frente às imposições lançadas, sobretudo, por parte do capitalismo, tendo a mídia como principal difusora dessas ideologias. Assim sendo, pode-se dizer que, no sentido literal, o espetáculo do filme se dá pela profusão de imagens caóticas, auto-destrutivas, levando o espectador à experiência catártica que é ver-se representado como animal instintivo, sem qualquer uso racional que possa impedir a dor, o sangue. Num primeiro momento, o consumo da imagem é este: a ideologia da violência como sublimação e heroísmo.

Importa destacar que

o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens. O espetáculo não pode ser compreendido como o abuso de um mundo da visão, o produto das técnicas da difusão massiva de imagens [...] O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um suplemento ao mundo real, a sua decoração readicionada. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares, informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos, o espetáculo constitui o modelo presente na vida socialmente dominante. Ele é a afirmação omnipresente da escolha já feita na produção, e o seu corolário o consumo. Forma e conteúdo do espetáculo são identicamente a justificação total das condições e dos fins do sistema exigente. O espetáculo é também a presença permanente desta justificação, enquanto ocupação da parte principal

do tempo vivido fora da produção moderna (Debord, 1991, *apud* Coelho, 2006: 14-15).

O autor lança discussões interessantes. Primeiro menciona que o espetáculo “não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas”. Afirma também que, compreendido em sua totalidade, é o resultado de um modo de produção existente. *Clube da Luta* atende a este espetáculo de que fala a citação. O filme parte da premissa de que o espetáculo, assim como fala o autor, é uma escolha já feita na produção, tendo como expoente o consumo. Sendo uma escolha já feita, o espetáculo é irreversível e inerente, visto que permeia a relação entre as pessoas numa sociedade que adota como produção todas as exigências do sistema.

Partindo desse pressuposto, interpretar *Clube da Luta* em seu sentido literal é um erro. Equívoco maior ainda é responsabilizá-lo por atos de violência quando a essência do filme fala do não conformismo perante o sistema. Ao longo das 2h20min de projeção, a trama se encarrega, através dos personagens vividos por Edward Norton e Brad Pitt, de trazer à tona discussões profundas sobre as imposições da mídia em consonância com o capital.

Quando o personagem de Edward Norton está em frente à fotocopadora, no momento em que aparece o primeiro lampejo/formação de Tyler Durden, seu alter-ego, ele diz: “tudo é cópia, de cópia, de cópia”. Aqui, aos quatro minutos da longa-metragem, fica claro que tudo a que assistiremos se trata de uma longa crítica: nada é original, tudo é reprodução, cópia da cópia. As pessoas não têm autonomia de criar. Ao contrário, o padrão está construído pronto para ser incorporado. Na sociedade do espetáculo, “estabelece-se um predomínio da imagem sobre a coisa, da cópia sobre o original, da representação sobre a realidade, da aparência sobre o ser” (Patias *in*; Castro; Coelho, 2006: 91).

É irônico pensar que o Cinema, sendo parte da indústria cultural, produto da sociedade de massa, possa construir obras cinematográficas que critiquem a própria cultura de massa. Ao proferir que tudo é cópia, o protagonista do filme entrelaça a essência de sua fala ao que traz a citação acima, quando aponta o predomínio da cópia, da representação e da aparência sobre o original, a realidade e o ser.

É visto que o narrador-personagem, que nem nome tem (mais uma característica da ausência de identidade do indivíduo moderno), trata-se de uma

pessoa profundamente depressiva, solitária e desestimulada. Isso fica claro não apenas por suas falas, mas também por sua narração arrastada, dos tons acinzentados usados em torno deste personagem e também de seu semblante. Nessa fase de sua vida, vemos que ele é alguém refém da sociedade de consumo. Viciado em comprar objetos que vê em catálogos, ele enche seu apartamento com coisas das quais não precisa, mas deseja.

Por não conseguir libertar-se de sua condição submissa ao consumo, é que vai criar em sua mente um alter-ego que seja mais corajoso, transgressor do sistema. Enquanto acompanhamos os quatro momentos onde Tyler Durden surge como lampejos, observamos o inconformismo do personagem. Ele vai dizer: “costumávamos ler pornografia. Agora, catálogo de loja”. Numa de suas frases mais ácidas, atesta: “As corporações darão nome a tudo. A Esfera Estelar IBM. A Galáxia Microsoft. O planeta Starbucks”.

Sua confissão também é clara: “como tantos outros, me tornei escravo do consumismo instintivo caseiro”. E finaliza com a frase auge da condição de objeto do homem moderno: “que tipo de porcelana me define como pessoa?”. O apelo que o capital vai fazer e que a publicidade vai tratar de convencer é que um carro já não é apenas um carro, mas o *status* que ele proporciona. O desodorante não é mais um produto de higiene pessoal, mas na publicidade ele confere o poder de atrair mulheres/homens, já que o homem se torna mais sedutor ao usar a marca do anúncio. Em outras palavras, o “ter” vai definir a identidade de cada um. Na contemporaneidade, o consumo vai além do próprio produto, mas vai ao encontro da felicidade, satisfação (efêmera, diga-se de passagem) que ele proporciona.

No entanto, esta relação entre ter e ser dá lugar a outra forma de *status*.

Enquanto a primeira fase do domínio da economia sobre a vida caracterizava-se pela degradação do “ser” em “ter”, no espetáculo chegou-se ao reinado soberano do “aparecer”. As relações entre os homens já não são mediadas apenas pelas coisas, como no fetichismo da mercadoria mencionado por Marx, mas diretamente pelas imagens. A sociedade moderna passa a ser compreendida, então, como o reino do espetáculo, da representação fetichizada do mundo dos objetos e das mercadorias.

O espetáculo, assim, consagra toda a glória do reino das aparências (Patias *in* Castro; Coelho, 2006: 92).

Diante das reflexões, verifica-se que, fruto da sociedade globalizada, isto é, pautada pelo capitalismo e valores de consumo, o espetáculo está inerente à cultura de massa num processo irreversível. As imagens fazem a mediação entre os indivíduos diante da premissa de erguer padrões, fincar estereótipos, aguçar desejos onde o objeto não vale mais por sua função, mas pelas sensações que desperta. Dessa forma, entende-se quando o autor acima menciona que “aparecer” rouba o “ter”, tendo em vista que na sociedade do consumo o *status*, o posto no Olimpo que menciona Edgar Morin (2009), criam ao mesmo tempo a *idealização* respaldada pela *ilusão* daquilo que é soberanamente passageiro.

Em vista desse *status* que prima pelo “aparecer” é que Clube da Luta se desenvolve. Tyler Durden, tanto na figura de alter-ego como na do personagem de Edward Norton, representa a contestação. E é por isso que acredita que “apenas depois de perdermos tudo é que estaremos livres”. Eles enxergam que o soco na cara e o pontapé no estômago são a redenção para isso. Expostos à fragilidade da dor, encontram-se com a natureza ínfima de si mesmos e, assim, no fundo do poço, alcançam a liberdade.

Tyler Durden, como alter ego, vai ensinar ao narrador, o Tyler que se desconhece como tal, que “somos subproduto de uma obsessão por um estilo de vida”. Noutra situação, ele diz: “as coisas que você possui, acabam possuindo você”. Os dois juntos, dentro de um ônibus, observam um cartaz publicitário de marcas de grife. Tyler Durden “real” critica a postura que as pessoas têm de ficarem parecidas com o que estipulam Calvin Klein e Tommy Hilfinger.

As críticas continuam quando Tyler, o alter ego, questiona a participação midiática em tudo isso. “Fomos criados através da TV para acreditar que um dia seríamos milionários e estrelas de cinema. Mas não somos. Aos poucos tomamos consciência do fato. E estamos muito, muito putos”. Adiante, ele conclui seu pensamento não apenas contestando as ideologias de mercado, mas também oferecendo a desilusão aos que se curvam às regras do ter-aparecer. Ele diz, “seu emprego não é o que você é. Nem quanto ganha ou quanto dinheiro tem no banco. Nem o carro que dirige. Nem o que tem dentro da sua carteira. Nem as

calças que veste. Você é a merda ambulante do mundo”.

### 3 O papel do espectador

Assistir a *Clube da Luta* não é um exercício apenas de entretenimento. Ainda que o Cinema possa assim ser visto, sem manchar sua função artística, assistir a um filme é, também, um exercício intelectual. Compreender metáforas, articular contextos, manter-se ativo perante a imagem.

É possível comparar as visões até aqui apresentadas, onde a cultura de massa leva adiante ideologias sedutoras e irresistíveis à sociedade e, por outro lado, como cita Aumont (2006), o espectador é sujeito ativo da imagem, podendo interpretá-la, analisá-la de forma a compreender não apenas a linguagem cinematográfica como também as ideologias político-econômicas que um filme transmite. Entretanto, isso só é possível ao indivíduo que toma consciência dos mecanismos de representação da cultura das mídias, erigida potencialmente pela imagem. Como consequência, este indivíduo terá respaldo e distanciamento crítico para atuar ativamente junto às imagens e ideologias de um filme.

Quando as pessoas aprendem a perceber o modo como a cultura da mídia transmite representações opressivas de classe, raça, sexo, sexualidade, etc. capazes de influenciar pensamentos e comportamentos, são capazes de manter uma distância crítica em relação às obras da cultura da mídia e assim adquirir poder sobre a cultura em que vivem. Tal aquisição de poder pode ajudar a promover um questionamento mais geral da organização da sociedade e ajudar a induzir os indivíduos a participarem de movimentos políticos radicais que lutem pela transformação social (Kellner, 2001: 83).

O papel do indivíduo como ser crítico e analítico se torna primordial para a experiência estética. Os autores Vanoye e Goliot-Lété (2005) fazem diferenciações entre os tipos de espectadores cinematográficos: há os normais e os analistas. Os primeiros entregam-se ao filme deixando-se guiar por ele, identificam-se sem o referido distanciamento crítico. Para estes, o filme ocupa o espaço do lazer, da abstração, da percepção instintiva. Já os espectadores analistas já não se valem do instintivo, mas

são conscientemente ativos, procuram indícios, levantam hipóteses submetidas a análises, colocam-se num lugar de distanciamento em que *o prazer pelo filme vem de sua compreensão estética*.

É muito provável que os que responsabilizaram *Clube da Luta* pelos assassinatos no cinema de São Paulo não compreendam o que acima foi explicado. Nas palavras de Kellner (2001: 76),

As formas dessa cultura são intensamente políticas e ideológicas, e, por isso, quem deseja saber como ela incorpora posições políticas e exerce efeitos políticos deve aprender a ler a cultura da mídia politicamente. Isso significa não só ler essa cultura no seu contexto sociopolítico e econômico, mas também ver de que modo os componentes internos de seus textos codificam relações de poder e dominação, servindo para promover os interesses dos grupos dominantes à custa de outros, para opor-se às ideologias, instituições e práticas hegemônicas, ou para conter uma mistura contraditória de forma que promovem dominação e resistência. Portanto, ler politicamente a cultura da mídia significa situá-la em sua conjuntura histórica e analisar o modo como seus códigos genéricos, a posição dos observadores, suas imagens dominantes, seus discursos e seus elementos estético-formais incorporam certas posições políticas e ideológicas e produzem efeitos políticos.

Diante disso, ler criticamente a imagem possibilita uma apreciação mais completa e coerente da obra fílmica. A começar pelos créditos iniciais de *Clube da Luta* até seu final revelador, o diretor David Fincher dá pistas sobre a identidade de Tyler Durden. Por meio dos lampejos, das conversas com duplo sentido, do fato de o narrador-personagem e seu *outro* nunca aparecerem juntos a uma terceira pessoa, são indícios que testam não apenas a atenção do espectador como também exigem que ele aprenda a ler a imagem. Do contrário, *Clube da Luta* será apenas um filme sobre luta, como foi para muitos. Ainda que todo receptor – seja ele de rádio, televisão, jornal, Cinema – seja ativo, isto é apenas um potencial. Ou seja, deve ser constantemente exercitado. Se não for, ainda assim não serve para falarmos em *passividade*, mas em *alienação*.

É fato que o Cinema estimula práticas de consumo e, por meio da composição das imagens e falas, tenta persuadir o espectador a acreditar nesta ou naquela ideologia, como acontece com *Rambo*, programado para matar (1982) e *Rambo* (1985), que retratam a Guerra do Vietnã. Os filmes contêm forte ideologia imperialista, onde o branco é a lei, o homem é a força, a cultura ocidental deve predominar, dentre outras discussões mais amplas. O efeito *Rambo* foi capaz de mobilizar a sociedade ao consumo exacerbado proveniente da cultura do espetáculo.

Como situa Kellner (2001, p.96), “*Rambo* foi um dos filmes mais populares de sua era. Bateu um recorde com a abertura de 2.074 cinemas e teve a terceira maior renda de estréia na história do cinema: US\$ 32.548.262 nos primeiros seis dias (*New York Times*, 30 de maio de 1985)”. Além disso, criou o “efeito-Rambo”:

Neste ano as lojas estão com estoques cheios da parafernália de guerra: uma réplica de US\$ 150 do arco e flecha *high-tech* de *Rambo*, facas de *Rambo* e um sortimento de armas de brinquedo, como uma semi-automática que espirra um jato de água a mais de três metros. A criançada logo vai poder tomar vitaminas *Rambo*, e os nova-iorquinos vão poder mandar um rambograma, em que um sócio de Stallone vai entregar um cartão de aniversário ou cumprir uma missão perigosa como pedir aumento ao chefe. O exército americano começou a pendurar cartazes do *Rambo* do lado de fora de suas agências de recrutamento, na esperança de seduzir recrutas (*Time*, 24 de julho de 1985 *apud* Kellner, 2001: 96).

Se a Arte não tem como função ser moralizante, o Cinema também não. É claro que se extraem belas como duras mensagens dos filmes a que se assiste, mas não é papel do Cinema se preocupar em não retratar a violência por temor às consequências, uma vez que se trata de uma obra de ficção. Por isso, volta-se a priorizar o papel de discernimento do espectador. Se em *Rambo* as massas foram levadas ao consumo e a acreditarem em determinada ideologia política posta no filme, isso se dá pela natureza impactante da imagem, mas também por não se assumir o referido distanciamento crítico ao se vislumbrar uma obra de ficção.

## Considerações Finais

Admite-se que o espetáculo e os ideais de consumo estão presentes na sobreposição de imagens apresentadas pelo Cinema. Contudo, não se trata de defender o Cinema como manifestação artística imune ao que é medíocre, como também não se configura como objetivo massacrá-lo como alienante. Importa, nesta pesquisa, demonstrar que a imagem precisa ser lida assim como um texto, a fim de fazer emergir sua linguagem e as entrelinhas ideológicas que carrega. Cabe, pois, ao indivíduo, imbuir-se de ferramentas que o tornem capaz de compreender as estratégias do espetáculo-consumo.

Conhecemos o papel hipnótico da imagem, quer esteja impressa na tela da sala escura, quer seja televisual. Sabemos com que facilidade somos capazes de abolir a distância entre nós e a tela para entrar e até engolfarmos, no mundo ficcional do filme. A analogia, muito relativa, mas nem por isso menos poderosa, entre a imagem fílmica e o mundo reforça essa proximidade que não facilita a reflexão “científica” e a produção de um discurso sobre o filme. [...] Precisemos, contudo, a posição do “espectador analista”, que se tem o costume, com razão, de opor ao “espectador normal”. De fato, se é, também ele, um “espectador desejante”, seu desejo (consciente) é, antes de mais nada, “compreender” o filme ou o fragmento escolhido a fim de estar em condições de elaborar um discurso a esse respeito. Analista e espectador “normal” não receberiam portanto o filme da mesma maneira, pois o primeiro busca precisamente distinguir-se de forma radical do segundo, não se deixar dominar como o último pelo filme (Vanooye; Goliot-Lété, 2005: 18).

Clube da Luta expõe dolorosamente a ferida do homem moderno. Expõe a globalização, o capitalismo e as relações sociais como correntes de alienação. Este filme demonstra o esforço que o homem deve fazer para conhecer a si mesmo, para conhecer o outro, para comunicar. O sociólogo francês Dominique Wolton (2006: 19) expressa lucidamente que:

Hoje a facilidade de comunicar dá o falso sentimento de que seria mais fácil compreender-se. Em outras palavras, *a globalização é um acelerador de contradição*. Pensava-se que ela iria aproximar os pontos de vista; ao contrário, torna mais perceptíveis as diferenças e a necessidade de ser *respeitado*. Se o mundo está mais visível, não está mais compreensível, está até mesmo mais perigoso, em consequência da emergência do par cultura-comunicação nas problemáticas políticas da globalização. O esforço para compreender o outro, ou ao menos para coabitar com ele, torna-se quase inversamente proporcional à facilidade com que se trocam mensagens com ele.

Se o autor menciona a contradição como expoente da globalização, percebe-se que no filme analisado ela – a contradição – também é fonte de todos os atos violentos a que se assistem durante a projeção. A contradição de negar o sistema, mas de pertencer a ele. A contradição de tentar entender, aproximar-se do outro, tendo de submetê-lo à dor e ao golpe. A contradição do homem moderno de construir para si novos eus, novos alter egos, a fim de exterminar o que odeia no seu eu para depois detestar o outro que construiu. Clube da Luta faz uma viagem aos meandros da mente, já que tudo é fruto dela.

## Referências

- Adorno, T. W. & Horkheimer, M. (1985). *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Andrew, J. D. (2002). *As principais teorias do cinema: uma introdução*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Aumont, J. et al. (2007). *A estética do filme*, 5. ed. Campinas, SP: Papirus Editora.
- Aumont, J. (2006). *A imagem*, 11. ed. Campinas, SP: Papirus Editora.
- Bernardet, J.-C. (1985). *O que é cinema*. São Paulo: Braziliense.
- Coelho, C. N. P. & Castro, V. J. de (orgs.) (2006). *Comunicação e sociedade do espetáculo*. São Paulo: Paulus.
- Debord, G. (2006). A sociedade do espetáculo. Apud Coelho, C. N. P., Introdução: em torno do conceito de sociedade do espetáculo. In V. J. de Castro & C. N. P. Coelho (orgs.), *Comunicação e sociedade do espetáculo*. São Paulo: Paulus.
- Eisenstein, S. (2002). *A forma do filme*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Jimenez, M. (1999). *O que é estética?*. Rio Grande do Sul: Ed. Unisinos.
- Kellner, D. (2001). *A cultura da mídia*. Bauru, SP: EDUSC.
- Martin, M. (2007). *A linguagem cinematográfica*, 2. ed. São Paulo: Editora Brasiliense.
- Metz, C. (1980). *Linguagem e cinema*. São Paulo: Perspectiva.
- Morin, E. (1970). *O cinema ou o homem imaginário*. Lisboa: Moraes Editora.
- Morin, E. (2009). *Cultura de massas no século XX*, vol. 1: *Neurose*, 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Patias, J. C. (2006). O espetáculo no telejornal sensacionalista. In V. J. de Castro & Cláudio N. P. Coelho (orgs.), *Comunicação e sociedade do espetáculo*. São Paulo: Paulus.
- Sadoul, G. (s.d.). *História do cinema mundial: das origens a nossos dias*, (2 vol.). São Paulo: Livraria Martins Editora.
- Vanoye, F. & Goliot-Lété, A. (2005). *Ensaio sobre a análise fílmica*, 3. ed. Campinas, SP: Papirus Editora.
- Wolton, D. (2006). *É preciso salvar a comunicação*. São Paulo: Paulus.
- Xavier, I. (org.) (2003). *A experiência do cinema*, 2. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal Ltda.

## Sites

- [www.cinemaemcena.com.br/plus/modulos/filme/ver.php?cdfilme=301](http://www.cinemaemcena.com.br/plus/modulos/filme/ver.php?cdfilme=301). Acesso em 17 de agosto de 2012.
- [http://portaldecinema.com.br/Filmes/clube\\_da\\_luta\\_a.htm](http://portaldecinema.com.br/Filmes/clube_da_luta_a.htm). Acesso em 17 de agosto de 2012.
- [http://cineinsite.atarde.uol.com.br/materia/materia.php?id\\_personalidade=67&id\\_materia=14](http://cineinsite.atarde.uol.com.br/materia/materia.php?id_personalidade=67&id_materia=14). Acesso em 17 de agosto de 2012.

[www.cineplayers.com/critica.php?id=1473](http://www.cineplayers.com/critica.php?id=1473).  
Acesso em 18 de agosto de 2012.

[www1.folha.uol.com.br/fol/geral/cinema.htm](http://www1.folha.uol.com.br/fol/geral/cinema.htm).  
Acesso em 18 de agosto de 2012.

<http://epoca.globo.com/edic/19991108/brasil1.htm>.  
Acesso em 18 de agosto de 2012.

[www.adorocinema.com/filmes/filme-21189/](http://www.adorocinema.com/filmes/filme-21189/).  
Acesso em 18 de agosto de 2012.