

INDIANA JONES: INDÚSTRIA CULTURAL E A INTERSEÇÃO ENTRE CIÊNCIA E ARTE

Autora: Cristiane de Oliveira Luz¹

Co autor: Matheus Trindade Coelho da Silva²

Orientador: Tiago José Lemos Monteiro³

Resumo: Este artigo tem por meta analisar os filmes da série Indiana Jones sob a perspectiva da interseção entre Ciência e Arte, dos debates sobre Indústria Cultural e das interfaces com a área da educação. A metodologia usada na pesquisa foi a revisão bibliográfica e análise fílmica das representações cinematográficas do arqueólogo, através de conceitos-chaves e um estudo cultural multiperspectivo. O texto está dividido em dois eixos: no primeiro um resumo do personagem vivido por Harrison Ford e parte dos resultados de bilheteria alcançados pela franquia de filmes; no segundo eixo, uma análise sobre as possibilidades e limitações da inserção de personagens científicos em produções comerciais. Propondo questionamentos a respeito da indústria cultural e suas relações com a cultura da mídia, abordando a representação do conhecimento e da produção de significados da ciência arqueologia neste contexto, com o intuito de observar a construção de estereótipos a partir da figura do cientista em narrativas audiovisuais. Por fim, apresentando possíveis pesquisas e leituras que podem surgir posteriormente, práticas pedagógicas e indicações de áreas/temas em que Ciência e Arte são utilizadas na educação formal.

Palavras-chave: Cinema; Indústria Cultural; Indiana Jones; Arqueologia;

Os objetos de estudo deste trabalho são a franquia de filmes Indiana Jones, a ciência Arqueologia e a indústria cultural, buscando um olhar crítico sobre as transformações no campo da cultura após o advento do capitalismo. Levantando dados de bilheteria dos filmes, e apresentando questionamentos e indicações, em uma aproximação com a área da educação; com foco no consumo de massa promovendo o debate sobre a cultura da mídia e a interseção entre ciência e arte.

O texto está dividido em dois eixos principais: inicialmente, será realizado um breve resumo do conteúdo bibliográfico para situar o leitor no contexto do debate e o instrumentalizar com conceitos-chave, um histórico da produção, informações do elenco e parte dos resultados de bilheteria alcançados pela franquia, possibilitando um panorama para as pessoas que não acompanharam ou não assistiram aos filmes. O

¹ Graduanda em Produção Cultural – IFRJ - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro. E-mail: crisluz.crisluz@gmail.com

² Graduando em Produção Cultural – IFRJ - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro. E-mail: mtrindade1996@gmail.com

³ Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense, e Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2006). E-mail: tiago.monteiro@ifrj.edu.br

segundo eixo promove uma análise crítica das possibilidades e limitações da inserção de personagens científicos em produções cinematográficas comerciais, além de construir discussões sobre a importância de se utilizar esses produtos com fins pedagógicos, entendendo estes como relevantes objetos de estudo, de produção de significados e representação do conhecimento.

O artigo tem como metodologia a pesquisa bibliográfica e a análise fílmica das representações de Indiana Jones nos filmes comercializados. Foi construída uma linha histórica para revisão de conceitos começando com a fundamental frase de Nietzsche que expressa fortes críticas à fruição estética do consumo cultural das massas alemãs, e a adaptação das Óperas do compositor Richard Wagner ao estado alemão, na forma do Terceiro *Reich*. Utilizando ideias e conceitos de Walter Benjamin - como a de Reprodutibilidade Técnica - e o que que veria ser conceituado posteriormente como Indústria Cultural por Adorno e Teixeira Coelho, perpassando pela questão da aura da obra de arte, e como esta se relaciona com as representações nesta sociedade do espetáculo mediada por imagens como propõe Guy Debord.

Abordaremos, também, a contribuição do movimento de apropriação da imagem do arqueólogo para divulgação da Arqueologia enquanto ciência, e os produtos Indiana Jones serão analisados com algumas observações sobre o processo de industrialização da figura/imagem do cientista, evidenciando a comunicação de massa, além de comparar estes processos com números oficiais de bilheteria encontrados no site do Instituto Americano de Filmes. Concluindo com uma crítica a postura de negação dos produtos culturais industriais, e uma análise sobre a aplicabilidade desses produtos em práticas pedagógicas, a partir de exemplos reais e contemporâneos, onde tecnologias e obras de arte são inseridos no ensino formal.

Será pensado o campo da educação e, para isso, os produtos e subprodutos Indiana Jones serão utilizados como objetos de representação de conhecimento, seguindo um método desenvolvido por Telles, descrito em seu artigo PEBA - pesquisa educacional com base nas artes, onde o pesquisador-educador pode usar a arte para representar conhecimentos, em pelo menos, duas vertentes: utilizando um objeto já existente e produzido por um artista, ou representar suas reflexões e as de seus participantes com sistema (s) de signo (s) de uma ou várias artes. . Para o presente estudo, foi escolhida a primeira opção por se tratarem de obras já existentes. Essa

produção de significado proporciona uma experiência estética por meio do objeto de arte, e essa relação possui previamente a condição de legitimar narrativas e, por consequência, uma ideologia; portanto até a linguagem audiovisual e o gênero de aventura são territórios em disputa.

Um dos objetivos deste artigo é promover uma discussão sobre as possibilidades e limitações da inserção de personagens científicos em filmes comerciais, e também perceber e analisar construções sociais, além de tecer críticas ao comportamento de consumo das massas descrito e discutido por Benjamin. Avaliar subjetivamente se o personagem vivido por Harrison Ford destoa da realidade do arqueólogo e se os filmes de alguma forma fomentaram a profissão, já que paradoxalmente existe um movimento de abandono da verossimilhança em troca da perfectibilidade⁴.

Com o intuito de realizar um estudo cultural contextual, enfatizamos um personagem para poder avaliar situações específicas como a capacidade de reprodutibilidade em diferentes segmentos de mercado e a produção de significados em volta do protagonista Indiana Jones, sem o intuito de transformar o debate em uma disputa de qual personagem foi melhor ou pior, mais ou menos conhecido. Como Telles (2006) já comentou em seu artigo sobre o PEBA, a utilização de obras de arte para fins educacionais deve ir além de uma avaliação sobre a qualidade estética do objeto em si, Piassi (2009) por sua vez, nos alerta para um método de análise que vá além de encontrar erros em filmes, buscando encontrar neles um sentido mais amplo. Portanto, não é uma preocupação do presente artigo classificar a qualidade fílmica, mas sim buscar entender como esses filmes influenciam a cultura e como a cultura influencia esse tipo de produção.

É importante mencionar que as múltiplas representações do cientista no cinema existem há muito tempo. Em se tratando da ciência Arqueologia, na década de 1930 alguns diretores já abordavam essa temática, portanto as representações romantizadas do arqueólogo não começaram com Indiana Jones. Um exemplo são as produções estreladas por Boris Karloff como “A Máscara de Fu Manchu” (1932) e “A Múmia” (1932) consolidando uma imagem aventureira e romântica da profissão.

⁴ Walter Benjamin comenta em seu texto *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* sobre como o cinema se diferencia do teatro. Em uma dessas reflexões diz que o cinema abandona o caráter efêmero da peça teatral, do momento da atuação, em prol do que ele vai chamar de perfectibilidade, que seria o exagero na representação do real em prol de um modelo que é determinado pelas leis de mercado.

O personagem Indiana Jones foi criado pelo roteirista George Lucas e pelo diretor Steven Spielberg e teve sua primeira aparição em 1981, no filme “Caçadores da Arca Perdida”, interpretado por Harrison Ford. Além dos filmes, o personagem apareceu em séries de televisão. Henry Jones Júnior é um indivíduo com vida dupla, que além de um pacato professor de Arqueologia, é também um aventureiro destemido e pouco convencional que carrega um revólver, chicote, chapéu e tem um conhecimento profundo de muitas civilizações e línguas antigas.

No primeiro (Os Caçadores da Arca Perdida) e terceiro filme (Indiana Jones e a Última Cruzada), o herói enfrenta forças nazistas que querem se apossar de famosas relíquias judaico-cristãs (a Arca da Aliança e o Santo Graal, respectivamente) para, assim, tentar dominar o mundo. O segundo filme (Indiana Jones e o Templo da Perdição) ambienta-se na Índia, e o quarto filme (Indiana Jones e o Reino da Caveira de Cristal) começa nos EUA e termina nas selvas da América do Sul.

Em 2003, o *American Film Institute* classificou Indiana Jones como o segundo maior herói cinematográfico de todos os tempos⁵. Ele também foi nomeado o 6º maior personagem do cinema pela revista *Empire*⁶. E a revista *Entertainment Weekly* o classificou em segundo lugar na sua lista *The All-Time Coolest* de heróis na cultura *pop*⁷. Além disso, essa série de filmes figura entre as vinte franquias de maior sucesso do cinema, ocupando o décimo nono lugar. Indiana Jones se tornou muito popular, foi vencedor de sete Óscares, fora as muitas e demais prêmios importantes, tendo uma arrecadação total de US\$ 1,947 bilhão, mantendo uma média de bilheteria por filme de US\$ 487 milhões, segundo o Instituto Americano de Filmes⁸.

Indiana Jones é um ícone que foi recriado diversas vezes em situações diferentes, se tornando uma franquia com quatro filmes - até o ano de 2018 - e com incontáveis subprodutos gerados e comercializados como bonecos, fantasias, figurinhas, desenhos animados, entre outros, retratando um tema científico - a Arqueologia - contribuindo para a divulgação dessa área como profissão e como ciência, mas também para o esvaziamento do sentido e significado atribuído a essa atividade científica. Em

⁵ 100 YEARS, 10 MOVIES. Disponível em: <<https://www.afi.com/100years/movies10.aspx>>

⁶ 100 GREATEST MOVIE CHARACTERS. Disponível em: <<https://www.empireonline.com/movies/features/100-greatest-movie-characters/>>

⁷ THE ALL-TIME COOLEST. Disponível em: <<https://www.google.com.br/amp/ew.com/gallery/20-all-time-coolest-heroes-pop-culture/amp/>>

⁸ CATÁLOGO DE FILMES DO AFI. Disponível em: <<http://catalog.afi.com/catalog/showcase/>>

outras palavras, Indiana Jones se trata de um produto a ser consumido e se tornou um sucesso de vendas.

Um dos gêneros da linguagem audiovisual que mais retratou as ciências é a ficção científica, mas a série Indiana Jones está muito mais próxima do gênero aventura pelo fato de se tratar de uma clássica *jornada do herói*⁹, em que acontece a apropriação da imagem de um arqueólogo por uma narrativa comercial. Existem diversas formas de representar o cientista (figura muito presente no cinema) mas é comum observar estereótipos na construção desses personagens, como a do cientista louco e irresponsável na história do personagem Frankenstein, além de um certo exagero quando são retratados.

É importante esclarecer previamente que a problemática se encontra também nos modos de consumo e não só de produção; o consumidor final não está isento de sua responsabilidade, Kellner chama atenção para o fato de que se trata de um erro acreditar que as pessoas não possam refletir sobre os produtos da mídia, portanto:

“Devemos evitar o extremo de romantizar o público ou de reduzi-lo a uma massa homogênea incapaz de pensar ou agir criticamente. Precisamos compreender uma contradição: a mídia de fato manipula mas também é manipulada e usada. Os estudos culturais britânicos tentam capturar essa contradição na distinção entre codificação e descodificação, em que os textos da cultura da mídia podem ser codificados das formas mais grosseiras, ideológicas e banais, mas o público pode produzir seus próprios significados e prazeres com esse material.” (Kellner, 2001, p. 142)

É preciso superar os extremismos a respeito do assunto e incentivar novas pesquisas na área da educação, em que os filmes comerciais e outras inovações tecnológicas possam ser utilizados como objeto e meio de estudo e de ensino. Mas também precisamos nos manter críticos, principalmente em atividades que tenham a pretensão de inserir esses elementos na educação formal, pois como explora Kellner (2001, p. 142) se trata de “um erro exagerar no caráter ativo do público, como fizeram Fiske e outros, e no seu poder contra a cultura da mídia”. Principalmente no que tange, por exemplo, a comunicação de massa relacionada a esses objetos/produtos.

Sobre a problemática escolhida, é possível citar Theodor Adorno e Max Horkheimer que publicaram em 1947 o livro *Dialética do Esclarecimento*. A obra

⁹ Conceito utilizado por Joseph Campbell, em seu livro *O herói de mil faces* para indicar elementos de um tipo de padrão narrativo que estaria presente em muitas narrativas históricas, mitológicas, fantásticas, folclóricas e etc. de diferentes povos e nações (MARTINEZ, 2008). No cinema se trata da jornada de um personagem, que precisa passar por um obstáculo para alcançar um determinado objetivo, por exemplo, a narrativa do “mocinho” que vence o vilão, para salvar/resgatar alguém ou algo.

tratava de temas como o uso político dos meios de comunicação de massa; no capítulo Indústria cultural – o iluminismo como mistificação das massas, é abordado a aplicação da lógica industrial em setores como a cultura e a mídia, seus efeitos e desdobramentos. Aspectos a serem apontados são a infantilização de personagens adultos, e a simplificação/deturpação dos significados que determinados ícones possuem, pois as representações culturais estariam sofrendo um processo de industrialização e a arte se transformando em produto comercial, se tornando cada vez mais pasteurizadas e perdendo, assim, sua essência contestatória, e alguns elementos característicos de suas representações, sua *Aura, e autenticidade* (Echtheit).

Na mesma linha de argumentação, Teixeira Coelho discute questões e conceitos para entender melhor essas relações. A Indústria Cultural seria o ambiente em que acontece o processo de transformação das representações culturais em produtos; a partir disso, se constrói a ideia de que a fabricação em larga escala e a mercantilização destas representações possuem consequências ainda não conhecidas totalmente (COELHO,1996). Esse processo, por sua vez, estaria *apagando* características tanto da cultura/arte erudita quanto da cultura/arte popular, com o objetivo de facilitar o consumo dessas produções¹⁰. Os estudos na área analisam a obra de arte e elementos da identidade cultural na sociedade capitalista industrial, que anteriormente seriam marcados pelo valor contestatório e passariam a representar outros interesses - principalmente o lucro - após serem adaptados ao mundo comercial (ADORNO,1990).

O mercado cinematográfico vem se apropriando de elementos da cultura; um deles é a figura do cientista. Indiana Jones é um arqueólogo e, portanto, se enquadra nessa linha de raciocínio. O protagonista é lembrado pelas grandes aventuras, pela astúcia e por sua capacidade de escapar de situações de perigo com soluções inteligentes que usam princípios científicos. Existem muitos debates possíveis dentro desse universo/problema, mas este artigo trabalha a proposta de usar esse tipo de filme como objeto de representação do conhecimento.

Em 1967, Guy Debord publica *A sociedade do espetáculo*, na qual promove uma crítica teórica sobre consumo, sociedade e imagética, discorrendo sobre a transformação nas representações culturais no capitalismo, e o modo que as relações sociais passaram a

¹⁰ Teixeira Coelho utiliza o termo “apagando” para demonstrar como alguns aspectos deixam de ser representados no processo de industrialização, assim perdendo elementos essenciais em suas representações culturais.

ser mediadas pelas imagens, como se tudo estivesse mercantilizado e envolvido por representações estéticas, até mesmo acidentes e guerras. Em 1936 é publicado pela primeira vez o ensaio *A Obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica* de Walter Benjamin que, a partir de uma orientação teórica marxista e freudiana, inicia a discussão sobre o esvaziamento dos discursos e da *aura* das obras de artes.

A indústria cultural prioriza estereótipos e representações exageradas com o objetivo de alcançar um público consumidor cada vez maior, aderindo à sociedade do espetáculo, o que resulta em uma pasteurização da cultura, esvaziamento do discurso e perda de conexão direta entre o real e o representado (BENJAMIN, 1936). A tendência, segundo os autores trabalhados, é que isso se torne cada vez mais absoluto, ou seja, que as culturas se tornem produtos, e que aos poucos elas se reduzam a um número limitado de representações que não estejam comprometidas com a comunicação de massa.

Este processo estaria diretamente relacionado – e provavelmente seria o principal influenciador na questão – com o período de crise das representações, das instituições e da identidade cultural que as sociedades capitalistas vêm enfrentando. Mas a industrialização das representações culturais realmente pode ser prejudicial a sociedade? Lacy no artigo *As múltiplas imagens do cientista no cinema*, sustenta que:

“É preciso lembrar que uma obra de ficção audiovisual, como um filme ou uma telenovela, é resultado de um processo complexo, que conta com a contribuição criativa de uma grande variedade de pessoas; é um produto comercial, que precisa atingir boa audiência para gerar lucros; e, portanto, deve levar em consideração os conceitos e preconceitos do público. Acabam, assim, refletindo e transmitindo a visão da sociedade ou, pelo menos, de um determinado segmento da sociedade sobre os temas que aborda.” Lacy Barca (2005, p. 33)

A cultura estaria então se transformando na velocidade das – e acompanhado as – transformações sociais da sociedade de mercado, por exemplo, a comunicação de massa durante o século XX - entre os anos 30 e 70 – estaria também relacionada com a ascensão de grandes classes médias ao redor do mundo; a letra das músicas mais conhecidas se tornariam cada vez mais simples, homogêneas e produzidas para tocarem em rádios para milhares – as vezes milhões – de espectadores, as tragédias e comédias de teatro perderiam seu caráter efêmero aos poucos até se tornar as radionovelas, os primeiros filmes comercializados, e depois as novelas de televisão.

Para além disso, ainda existem críticas à superficialidade no consumo capitalista de determinados bens culturais. As pessoas têm acesso a um conteúdo através da experimentação estética, mas segundo Teixeira Coelho esse conhecimento não seria

aprofundado, pelo fato de os signos predominantes na comunicação não serem *simbólicos*, mas sim *indiciais*¹¹. E isto se aplica aos filmes de Indiana Jones e ao conteúdo sobre o arqueólogo. É como se a Arqueologia fosse um produto a ser consumido durante determinada temporada: os pais comprariam fantasias e bonecos para seus filhos, os levariam ao museu ou parques nacionais para conhecer o campo de trabalho do personagem e ao cinema para ver o filme, mas isso não se tornaria um costume ou algo mais denso (DEBORD, 1967). A família estaria fadada ao consumo efêmero de toda essa produção, e depois dispensaria essas experiências como se fossem realmente um produto, uma “nota fiscal” ou comprovante de determinado serviço.

Sob outra perspectiva, é válido argumentar que a indústria cultural permitiu uma democratização do acesso a bens culturais e narrativas, que anteriormente seriam pouco acessíveis. Mas juntamente a isso, trouxe desdobramentos negativos com a lógica de industrialização das representações culturais, algo facilmente percebido quando observamos o mercado fonográfico de *música pop*, a indústria “hollywoodiana” de cinema, as artes visuais publicitárias, em que existe um esvaziamento de críticas sociais e uma representação superficial dos temas abordados.

Se torna mais difícil aplicar essa mesma crítica a outros setores como o mercado literário, visto que este alcançou muitos novos públicos devido à globalização, industrialização, informatização e a internet, contribuindo assim para uma democratização do acesso a conhecimentos e informações de um modo geral. Hoje, através da internet, é possível ter acesso a livros e escritos de outros países, conhecer autores contemporâneos e acompanhar em tempo real o que estão escrevendo. Antes o acesso não tinha essa velocidade e instantaneidade, o que não retira do mercado literário seu caráter “industrial”.

É igualmente válido citar as iniciativas de vários museus e centros culturais do mundo, que vêm disponibilizando seu acervo em diversos idiomas nas suas plataformas *online*, como o *Musée du Louvre*¹² e o *Metropolitan Museum of Art* de Nova York¹³,

¹¹ Os conceitos de *simbólico* e *indicial*, aparecem no estudo dos signos da indústria cultural no cap. *Alienação e Revelação na Indústria Cultural*, escrito pelo autor citado.

¹² O Louvre é o maior museu de arte do mundo e um monumento histórico em Paris, França. Um marco central da cidade, está localizado na margem direita do rio Sena. Aproximadamente 38.000 objetos, da pré-história ao século XXI, são exibidos/armazenados em seu acervo. Disponível em: <https://www.louvre.fr/>

¹³ O Metropolitan Museum of Art é um dos maiores museus de arte do mundo. Sua coleção inclui mais de dois milhões de obras de arte que abrangem cinco mil anos de cultura mundial, desde a pré-história até

além de imagens em alta resolução que possibilitam o estudo à distância de obras de arte muito famosas e valorizadas, para estudantes desta área ou até mesmo para a curiosidade do público consumidor em geral. Pode se dizer então que a comunicação globalizada e a indústria cultural contribuíram na ampliação do acesso as obras, mas se por um lado, existe a possibilidade, por outro existem as desigualdades sociais que, em muitos casos, inviabilizam esse acesso. Então é válido afirmar que um dos problemas que a globalização não solucionou é a questão do amplo acesso, pois as sociedades globalizadas não incluem e conectam as pessoas em sua totalidade, excluindo segmentos sociais deste processo¹⁴.

Este tema exige uma análise multiperspectiva, não só uma crítica ideológica contra a indústria cultural. Tomamos por hipótese que a sociedade do espetáculo é uma realidade, então cabe a sociedade civil o pensamento crítico a respeito disso, e também aos produtores culturais e aos profissionais da educação uma renovação quanto ao assunto, desde processos criativos para produção de produtos culturais até métodos de ensino, respectivamente. Cabendo analisar estes produtos de forma crítica e de pontos de vistas diferentes - para que um possa complementar o outro e o enriquecer com mais informações a respeito - garantindo, não uma falsa imparcialidade, mas sim uma compreensão abrangente e observações com mais propriedade (Kellner, 2001).

A produção artística se configura como um espaço com infinitas possibilidades, tanto de representação quanto de críticas à sociedade; então as artes tanto podem ser alienantes quanto serem críticas, dependendo a que interesse está vinculada. Os filmes, como obras de arte, podem ser objetos de contemplação da beleza, mas também deflagradores de reflexão - como explora Telles (2006) citando Rolnik (1993) - embora a sociedade tenda a enquadrá-las em um *status* por demais pragmático de mera contemplação, ainda assim há possibilidades pedagógicas; as artes educam, não somente os sentidos, mas o ser humano em sua totalidade.

No caso desse artigo, os filmes introduzem conhecimentos de Arqueologia para o público que lhes assiste. Os choques de conscientização produzidos por meio dos encontros com as artes que são críticas deixam as pessoas menos imersas na rotina do

o presente e de todas as partes do globo, e está localizado em Nova York (EUA). Disponível em: <https://www.metmuseum.org>

¹⁴ Para saber mais sobre essa questão aproximando-a ao debate sobre globalização, indicamos a leitura de SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização – do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

dia a dia, mais impelidas a desejar saber e questionar – Como observa Greene (1991) apud Telles (2006); por outro lado as artes vazias de aura e de significado serviriam apenas para alienação e imparcialidade do público em geral (ADORNO, 1947). Salientando também que ninguém constrói significados no “vácuo”, estes são reflexos das experiências do indivíduo e das ideologias existentes no campo social no qual se dá o processo reflexivo (ROLNIK, 1993) e não seria diferente no consumo de filmes. Isso também foi observado por Debord (1967), quando comenta que o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens.

Como alternativa, é possível citar a questão da inovação nos métodos pedagógicos e a inserção de tecnologias e objetos artísticos no ensino formal. A sociedade contemporânea vive o período em que os aparelhos tecnológicos são aplicados a quase tudo, e isso devia ser mais explorado na educação de um modo geral. Existem diversas possibilidades e com criatividade não seria laborioso explorar as condições de criação e produção que o mercado oferece. As ciências mais próximas da linguagem audiovisual poderiam usar os filmes comerciais como objeto de reflexão e crítica. Esses filmes podem servir de ferramenta para inserção de assuntos complexos no ensino de crianças e adolescentes; os filmes Indiana Jones são obras que serviriam para discutir o nazismo e o contexto da Guerra Fria,

Assim como estamos usando Indiana Jones como objeto de representação da indústria cultural e de reprodutibilidade técnica em um contexto aplicado ao ensino de produção cultural, uma professora universitária poderia construir uma aula sobre desigualdade de gênero abordando o espaço das mulheres - enquanto escritoras, diretoras, roteiristas e etc. - no mercado do cinema e da literatura de ficção a partir do livro Frankenstein de Mary Shelley; a tecnologia de realidade virtual/ampliada poderia contribuir para o ensino de engenharia e desenho; o uso de jogos como *War*® para ensino de geografia¹⁵; as possibilidades são infinitas e existe um progresso nessas práticas, com pesquisas e iniciativas que estudam como as inovações tecnológicas e obras de arte contribuem para o ensino de diferentes pessoas e grupos sociais.

O foco dessa análise é a interseção entre ciência e arte na área pedagógica, e como isso pode se aproximar do campo da educação. Uma linguagem que pode ser

¹⁵ ROEHRS, Rafael; FREITAG, Úrsula; Denardin, GASPAROTTO; ESCOTO, Dandara Fidelis; DENARDIN, Elton Luis Gasparotto. *Adaptação do jogo War® como ferramenta didática aplicada ao ensino de Geografia – WarGeo*. Geografia, Ensino & Pesquisa, Vol. 21 (2017), n.2, p. 99-107.

citada para essa reflexão é o documentário, que é conhecida por ser direcionada a um público mais crítico, e normalmente tende a ter uma carga informacional maior que as ficções; mas também constituem uma linguagem considerada pelo senso comum como cansativa, repetitiva, e densa ao ponto de não serem de fácil entendimento. Para o exercício de pensar a partir desses produtos, alguns efeitos especiais, cortes, gráficos e enquadramentos de filmes de ação e aventuras heroicas poderiam ser mais explorados com o intuito de melhorar a didática dos roteiros e manter a audiência do público em geral. Um exemplo disso é o canal *History Chanel* que possui uma produção comercial, porém aborda temáticas históricas a partir da pluralidade de pontos de vista.

Algo que chamou atenção durante a pesquisa foi o convite ao *youtuber* Felipe Castanhari para apresentar o programa “Guia Politicamente Incorreto da História do Brasil”, do *History Chanel*. Esse tipo de iniciativa constrói uma relação afetiva entre apresentador e público, numa aproximação que tem feito com que um grupo de pessoas que anteriormente consumiam a imagem deste *youtuber* com vistas ao entretenimento, tenha mais familiaridade aos assuntos comentados nos episódios dessa série de minidocumentários, contribuindo para um melhor entendimento dos temas abordados.

Beth Brait, em seu livro *A personagem* (1985, p.21) chama atenção ao fato de que, para pensarmos um personagem criticamente “devemos percorrer alguns caminhos trilhados pela (própria) crítica” e argumenta que é preciso “definir seu objeto e buscar o instrumental adequado à análise” para chegar a um ponto consistente. A seguir observaremos traços, resquícios e características do processo de criação do personagem e os subprodutos derivados dela; e isso é importante para identificarmos proximidades e distanciamentos com o debate sobre Indústria Cultural.

Um dos instrumentos que podemos utilizar é observar a quantidade e os tipos de subprodutos derivados de Indiana Jones. Alguns exemplos são os bonecos vestidos de arqueólogo que faziam parte dos brindes dos lanches da empresa *McDonalds*, enquanto chapéus e chicotes vendidos em lojas de brinquedos infantis serviam às crianças americanas como distração e entretenimento, e aos pais como presentes a um preço acessível. Sua roupa característica de aventureiro passou a ser vendida em tamanho adulto e infantil como fantasia. Sua história, desafios e narrativa se desdobram em mais

de quatro filmes, jogos de aparelhos eletrônicos¹⁶ e até uma série de televisão chamada “As Aventuras do Jovem Indiana Jones” da emissora *American Broadcasting Company*.

Tudo isso com o intuito de extrair o máximo de lucro possível de um *ícone*, uma imagem, que seria o cientista arqueólogo; mas apesar das críticas, é importante conferir o devido valor para as características heroicas do personagem, pois elas contribuíram para a divulgação da Arqueologia:

“Como nos relembra Funari (2003), certamente a Arqueologia não se reduz ao trabalho romanceado dos filmes e livros. Constitui-se num campo rico e complexo, atualmente desenvolvida com grande profissionalismo. Contudo, longe de ser incômoda, a imagem do arqueólogo como aventureiro desbravador nos ajuda a compreender a própria história da Arqueologia, para além do mero estudo de sua representação.” (MATOS, Felipe. MÜLLER, Letícia Morgana, 2006)

Analisando o primeiro (1981) e o terceiro filme (1989), é interessante observar como o nazismo e sua busca por controle social são representados. Nos filmes, os nazistas querem a Arca da Aliança e o Santo Graal, que aparecem como símbolos de poder. A expertise *Hollywoodiana* para obter lucro, de certa forma faz com que informações sejam deturpadas; a questão de possuir esses objetos aparece dentro de um contexto mágico, de poderes inacreditáveis, como se fosse tudo ficção e sem o compromisso de retratar de fato a busca nazista por dominação cultural, ou a cultura como estrutura de poder. Quando retratam isso apenas como ficção, o público consome como uma invenção, e é difícil dizer se, em geral, esses dois filmes ajudaram ou atrapalharam no entendimento desse período histórico. A respeito disso, Beth Brait levanta um questionamento interessante sobre o filme *Indiana Jones - Os caçadores da arca perdida*, no livro *A personagem* (1985, p.31):

“ Se o espectador quiser julgar o filme através dos dados plausíveis que a realidade exterior ao texto oferece, terá de admitir a falta total de veracidade, julgando-o inteiramente absurdo. Como é possível aceitar que, durante uma longa luta nas escarpas de um precipício em que todos os inimigos são derrotados, o herói saia intacto, sem derrubar sequer o chapéu que traz na cabeça? ”

Entretanto, prossegue afirmando:

“ Se essa obra-prima da indústria cultural pode ser questionada por uma série de fatores, certamente não o será pela ausência de verossimilhança. A personagem Indiana Jones, vivida pelo belo ator Harrison Ford [...] cujo destino é vencer inimigos e conquistar o coração da “mocinha”. Ou seja, seu comportamento e o desfecho das ações por ele protagonizadas estão apoiados nas necessidades do encaminhamento da história, da fábula, que neste caso é suficientemente redundante, exaustivamente marcada por traços acumulados por uma tradição narrativa despida de estranhamento. ”

¹⁶ LEGO INDIANA JONES: THE ORIGINAL ADVENTURES®. Se trata de uma franquia de jogos para as plataformas Playstation, Xbox e etc.

Qualquer tentativa de concluir se a série de filmes contribuiu ou atrapalhou para a divulgação da ciência arqueologia, para o entendimento dos contextos históricos da Segunda Guerra Mundial e da Guerra Fria, será apenas mera especulação e dedução ideológicas já que precisaríamos de uma larga amostragem de dados – o que é inviável – sobre a receptividade do público, para chegar a um ponto conclusivo e exato. Por um lado, a contribuição ocorre quando se aborda a narrativa de um arqueólogo na cultura *pop*, e principalmente de forma concorrente no mercado, pois isso fez com que mais pessoas conhecessem essa profissão. Mas por outro lado, a deturpação convence as pessoas de coisas irreais e não esclarece profundamente as questões envoltas por uma determinada tensão, como no exemplo citado (na disputa pelos objetos mágicos) que representa como a cultura pode ser usada em forma de estrutura de dominação, dentro da qual esses objetos simbolizam poder.

Cabe ressaltar que se tratam de obras claramente de ficção, e que não se pode responsabilizar alguém pela indústria Cultural. A sociedade do espetáculo exige efeitos especiais e não necessariamente informações factuais, mas cada um faz escolhas, e foi uma escolha se apropriar das narrativas de um cientista: uma escolha bem consciente, e para cuja mercantilização era preciso abrir mão de determinados valores que normalmente um arqueólogo carrega para si, como o compromisso com a verdade. Também foi preciso se adequar, e adotar a postura de produzir o material com muitos efeitos, dentro da narrativa da *Jornada do Herói*.

É importante entender que o processo de industrialização das representações culturais não está restrito somente ao cinema, é algo presente em todas as linguagens e segmentos comerciais. A responsabilidade que a arte carrega é descrita em Rolnik (1993) como de valor educacional, ou seja, toda arte por si educa, então é preciso estar presente na disputa das representações artísticas e repensar o consumo de produtos culturais. Assim como refletir criticamente sobre as produções da indústria cultural, não somente condenar ou repudiar estas.

Este artigo buscou deflagrar reflexões a respeito do assunto, portanto não se pretendia uma exposição completa dos objetos estudados, mas sim um conjunto de críticas e pensamentos, usando-os como ponto de partida, com o objetivo de inserir novas pessoas no contexto desse assunto e provocar aqueles que já têm ciência dessas dinâmicas para uma nova postura frente ao debate, principalmente a respeito da

indústria cultural e de novas formas de adequação da tecnologia, e da arte à educação. Foram utilizados exemplos comerciais e de fácil entendimento, juntamente a algumas sugestões de como agir frente a esse cenário, mas é importante frisar que o ponto de vista dos autores e, principalmente, o ordenamento escolhido, guiou, delimitou e recortou o tema abordado.

Os filmes possivelmente contribuíram para a ciência arqueológica, pois muitas pessoas não conheciam essa profissão antes da franquia, mas é importante apontar que existem contradições nesse processo e que o debate não se encerra neste artigo, ou nessa área de conhecimento, devendo continuar e se expandir. Indiana Jones não foi o primeiro, e não será o último personagem científico a ser incorporado pela indústria cultural, então cabe ao público em geral contemplar com senso crítico e aproveitar da melhor forma essas produções.

BIBLIOGRAFIA

ANTUNES, Jair. *Nietzsche: a música de Wagner como representação da decadência da sociedade burguesa ocidental* (O caso Wagner). ANALECTA. Guarapuava, Paraná v.9 n° 2 p. 103-111 jul. / dez. 2008.

BARCA, Lacy. *As múltiplas imagens do cientista no cinema*. Revista Comunicação & educação. Número 1. Jan/abr 2005. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/download/37507/40221>>. Acesso em 05 de janeiro de 2018.

BENJAMIN, Walter. *O narrador e A obra de arte em sua era de reprodutibilidade técnica*. In: Walter Benjamin – Obras escolhidas. Vol. 1. Magia e técnica, arte e política. Ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 3 eds. 1987, p. 165-221.

BRAIT, Beth. *A personagem*. 3 eds. — São Paulo Ática, p. 28 - 36, 1985.

COELHO, Teixeira. *O Que é Indústria Cultural*. Coleção Primeiros. Passos, vol. 08, São Paulo, Editora Brasiliense, 16ª ed., 1996.

DEBORD, G. *Sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000. P. 08-29.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia: Estudos culturais: Identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, SP: Edusc, 2001. P. 25-64 e 129-142.

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. *Dialética do esclarecimento. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas*. São Paulo: paz e terra, 2002. P. 169-214.

MARTINEZ, Monica. *Jornada do Herói: estrutura narrativa mítica na construção de histórias em jornalismo*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2008. P. 33-62.

MATOS, Felipe. MÜLLER, Leticia Morgana. *Boris Karloff e a Arqueologia: a representação dos arqueólogos pelo cinema de Hollywood nos anos 30*. Anais do V encontro do Núcleo Regional Sul da Sociedade de Arqueologia Brasileira – SAB/Sul. 20 a 23/11/2006, Rio Grande, RS. 2006.

METROPOLITAN MUSEUM OF ART, site oficial – Disponível em: <<https://www.metmuseum.org/>>. Acesso em 05 de janeiro de 2018.

MUSÉE DU LOUVRE, site oficial – Disponível em: <<https://www.louvre.fr/>>. Acesso em 05 de janeiro de 2018.

NIETZSCHE, F. *O caso Wagner*. Trad. Paulo César Lima de Sousa. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

PIASSI, Luís Paulo; PIETROCOLA, Maurício. *Ficção científica e ensino de ciências: para além do método de 'encontrar erros em filmes'*. Revista Educação e Pesquisa, São Paulo, v.35, n.3, p. 525-540, set. / dez. 2009.

PROGRAMA “GUIA POLITICAMENTE INCORRETO DA HISTÓRIA DO BRASIL”. Produzido por History Channel. Disponível em: <<https://googleweblight.com/i?u=https://guiapoliticamenteincorreto.seuhistory.com/&grqid=MpL0txfC&s=1&hl=pt-BR>>. Acesso em 10 de dezembro de 2017.

ROEHRS, Rafael; FREITAG, Úrsula; GASPAROTTO, Denardin; ESCOTO, Dandara Fidelis; DENARDIN, Elton Luis Gasparotto. *Adaptação do jogo WAR® como ferramenta didática aplicada ao ensino de Geografia*. – WARGEO. Geografia, Ensino & Pesquisa, Vol. 21 (2017), n.2, p. 99-107.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização – do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

TELLES, João A. *Pesquisa educacional com base nas artes: pensando a educação dos professores como experiência estética*. Educação e Pesquisa, v32, n3, p. 509-530. 2006.