

Elimárcia Aguiar Leite
Gilberto Luiz Lima Barral

RESUMO

Este artigo tem como objeto de estudo uma aproximação entre o zumbi da ficção audiovisual e jovens alienados da vida real. Toma-se o conceito de *alienação* em Karl Marx e seu desdobramento na *Escola de Frankfurt* e nos estudiosos da *teoria crítica da cultura* para compreender os nexos da relação entre alienação, mentalidade e cotidiano de jovens na contemporaneidade. A metodologia da análise do discurso de Michel Foucault é utilizada para a visualização e crítica de filmes com a temática zumbi, em uma abordagem dos elementos que compõe a narrativa fílmica. Diante da centralidade que a indústria cultural vem ganhando no processo de socialização dos indivíduos, em particular de jovens, há que se reservar e justificar espaços que busquem investigar os valores, os conteúdos, as representações e os discursos que fomentam as produções audiovisuais contemporâneas. Parte-se da hipótese de que imagens e narrativas fílmicas concorrem para o processo de alienação dos indivíduos e grupos sociais.

PALAVRAS-CHAVE: Filosofia política. Audiovisual. Alienação. Zumbi. Juventudes.

ABSTRACT

This article has as object of study an approximation between the zombie of audiovisual fiction and young people alienated from real life. The concept of alienation in Karl Marx and its unfolding in the Frankfurt School and the students of the critical theory of culture are taken to understand the nexus of the relation between alienation, mentality and daily life of young people in the contemporary world. The methodology of Michel Foucault's discourse analysis is used for the visualization and critique of films with the theme zombie, in an approach of the elements that compose the filmic narrative. In view of the centrality that the cultural industry has been gaining in the process of socialization of individuals, particularly of young people, it is necessary to reserve and justify spaces that seek to investigate the values, contents, representations and discourses that foster contemporary audiovisual productions. It starts from the hypothesis that filmic images and narratives compete for the process of alienation of individuals and social groups.

KEY-WORDS: Political Philosophy. Audio-visual. Alienation. Zombie. Youts.

¹ Elimárcia Aguiar Leite, mestre em Psicologia (Universidade Católica de Brasília), professora de Filosofia da Secretaria de Educação do Distrito Federal.

Gilberto Luiz Lima Barral, doutor em Sociologia (Universidade de Brasília), professor de Sociologia da Secretaria de Educação do Distrito Federal.

Apresentação

Em filmes e seriados televisivos, a contemporaneidade oferece uma miríade de produções audiovisuais com a temática do zumbi. A representação no cinema dessa criatura morta-viva originou-se nos inícios do século XX, obteve algum sucesso nas décadas de 1960 e 1970, no auge do cinema denominado *trash movie*, mas durante quase todo século passado pouca atenção foi dada ao zumbi no cinema. Contudo, ao final dos anos 2000 e começo do século atual a produção fílmica voltada para essa temática alavancou-se. Dir-se-ia que a grande explosão audiovisual em torno dessa figura morta-viva, corresponderia ao cenário político e existencial das sociedades atuais, particularmente entre as faixas etárias mais jovens.

Em sua representação mais imediata, zumbis são criaturas mortas-vivas que vagam desoladas, em grupos, pelas ruas em busca de comida, no caso carne humana, cérebro humano. Eles caminham e avançam pelas cidades e casas e apavoram os habitantes do lugar. Nos filmes de zumbi a saída para o ser humano é a fuga. Enquanto as criaturas mortas-vivas avançam os moradores buscam fugir, abandonar o lugar.

Assim, não há, por parte do ser humano, um enfrentamento, uma resistência ou luta pela sua localidade, por suas propriedades, casas, pertences, direitos. O cenário de desolação, que a invasão zumbi traz para a vida cotidiana, desperta nas personagens humanas, representadas nessas produções audiovisuais, um desespero e uma necessidade de fuga. Enquanto os zumbis, sempre em grupos, avançam e atacam os indivíduos, o ser humano busca uma fuga desesperada, irracional.

Alguns cineastas vêm recorrendo às narrativas de filmes zumbis para representarem problemas e dilemas da vida social e da humanidade, dentre esses Joe Dante, Víctor Halperin, George Romero. Por outro caminho surgem pesquisas e artigos em ciências humanas e filosofia, analisando determinados elementos da cultura

audiovisual do zumbi e comportamentos de indivíduos na vida cotidiana. (DOTSON, 2006; FUJIMOTO, 2015).

Em termos de senso comum, dir-se-ia, por exemplo, que determinadas juventudes dos finais do século XX e início do XXI estariam alienadas em relação à política, em contraposição a outras juventudes dos anos das décadas de 1960 a 1980. Embora o objetivo aqui não seja analisar a questão geracional entre a formação de grupos jovens e processos históricos, admite-se essa comparação. O objetivo central deste artigo é apresentar e analisar o conceito de *alienação*, repensando sua atualidade para uma crítica da indústria cultural e da formação das mentalidades.

Parte-se, neste artigo do conceito de *alienação* em Karl Marx, seu desdobramento pelos teóricos da chamada *Escola de Frankfurt*, as discussões iniciadas por Theodor Adorno e os estudiosos da *teoria crítica da cultura*. Assim é que aqui, se articulam os nexos para se pensar e relacionar alienação, mentalidade e cotidiano de jovens na contemporaneidade.

Alienação e consciência

Zumbis têm nutrido grande parte da fantasia e da produção de escritores e cineastas, promovendo a popularidade desses seres mortos-vivos entre o público consumidor. A diversão que essas criaturas em decomposição propiciam pode servir a uma autorreflexão crítica, nos dizeres de Theodor Adorno, sobre a condição humana alienada, resultante dos processos de padronização e reprodutibilidade técnica dos produtos da indústria cultural.

Como zumbis, muitos espectadores de filmes e seriados de mortos-vivos se arrastam para lotar salas de cinema, ansiosos para se alimentarem dos novos lançamentos. Outros se quedam por horas, no caso de filmes seriados, até mesmo dias,

acompanhando a vida desolada dos zumbis que insistem em seguir vivendo, enquanto o tempo passa com suas horas, minutos e segundos. O ser e o tempo passam, nascer para morrer.

Para Walter Benjamin, em tempos de reprodutibilidade técnica, a noção de temporalidade se perde, pois a existência quer refugiar-se em um passado que se ignora, em uma tradição anterior aos indivíduos, previsível, mas que esse ser, ainda agora, moderno e contemporâneo, segue, na tarefa de caminhar, de seguir em frente, sem destino, nem projeto, em uma *existência inautêntica*, nos dizeres de Heidegger (2004).

Este modelo de indivíduo, alienado, pertencente a uma classe social, que existe sem consciência de si ou para si, foi bastante estudado por Marx. Em sua observação argumenta sobre dois níveis de consciência e a realidade social que modela os indivíduos no capitalismo. A divisão do trabalho, a heterogeneidade de funções decorrentes desse processo de produção, a serialização dos produtos são algumas variáveis que concorrem para o processo de alienação das mentalidades dos indivíduos. Para Marx e Engels, a consciência é,

apenas a consciência do meio sensível mais próximo e de uma interdependência limitada com outras pessoas e outras coisas situadas fora do indivíduo que toma consciência; é ao mesmo tempo a consciência da natureza que se ergue primeiro em face dos homens como uma força fundamentalmente estranha, onipotente e inatacável, em relação à qual os homens se comportam de um modo puramente animal e que se impõe a eles tanto quanto aos rebanhos; é, por conseguinte, uma consciência da natureza puramente animal (religião da natureza). (MARX; ENGELS, 2002, p. 25).

Ainda, para Marx e Engels (idem), o modo de produção material condiciona a cultura. Nesse sentido é a realidade social quem determina a consciência. Nesses termos, a análise crítica da indústria cultural aponta para a complexidade do processo de alienação, revelando o aspecto negativo do produto audiovisual discurso presente no filme de zumbis para a produção da falsa consciência dos espectadores. A representação de uma realidade social de impotência do ser humano, face ao inevitável apocalipse da invasão zumbi.

A consciência dos indivíduos exprime as relações sociais que esses experienciam no cotidiano. Sob a ideologia da indústria cultural capitalista, as relações sociais são serializadas e padronizadas em seus produtos, gerando dependência e alienação em seus consumidores. O filme zumbi expressa, no limite, a relação ideológica de aparência de realidade. As contradições sociais são ocultadas pela ideologia privando os indivíduos de um entendimento ulterior da realidade.

Assim, atualizando os argumentos de Marx, as representações, as concepções de mundo, os conceitos, enfim os produtos da consciência urdidos sob a trama do sistema capitalista envolvem os produtos fílmicos de um invólucro simbólico que inverte a realidade à vista do espectador. O que se passa nas imagens fílmicas como realidade, torna-se realidade para uma “falsa consciência” dos indivíduos: mortos-vivos que se arrastam destrocados e sem destino apresentam-se como realidades para os espectadores. A vida-morta dos zumbis, uma caminhada impensada e sem consciência, é o mesmo seguir desatinado dos indivíduos de carne e osso, espectadores.

A série *The Walking Dead*, produzida nos Estados Unidos a partir dos anos 2010, representa bem essa realidade, onde seres humanos são apresentados em mundo “civilizado”, porém incapazes de pensarem. Tal qual zumbis, indivíduos caminham orientados por uma falsa consciência, alienados, sem história, consumidores ávidos de

entretenimentos vazios e tomados pelas tarefas do cotidiano. Há uma urgência na existência que ignoram e, a “fuga para as colinas”, contra o apocalipse final não se acortina no horizonte. A vida zumbi alienada da existência é a porta para a barbárie que se apresenta como a imagem da morte.

Sobre a ação da ideologia sobre a consciência, Adorno (1985), afirma que uma tarefa maior para a filosofia é “descobrir por que a humanidade em vez de entrar em um estado verdadeiramente humano está se afundando em uma nova espécie de barbárie” (ADORNO, 1985, p. 11). Apoiado nessa questão este crítico cultural argumenta que a sociedade capitalista converteu-se em uma sociedade de interesses do capital face aos interesses humanos. Assim, guiado pela irracionalidade, o progresso converteu-se em dominação e alienação da consciência.

A indústria cultural, segundo Adorno (Idem), reconstrói a sociedade tornando seus objetos opacos, sem significação. Ao representar o reflexo invertido da sociedade capitalista, a indústria cultural, por meio da manipulação de imagens e narrativas, contribui para o surgimento de um sujeito irracional. Assim, o que é apresentado pela indústria cultural converte-se em realidade. E, o indivíduo se vê impotente, tomado pela urgência do indeterminado, ou seja, não se pode existir realmente conforme suas próprias determinações.

Para Adorno, a consciência ao ser manipulada reflete um sujeito que não se reconhece, agindo irracionalmente embora confiante, porque alienado, de que esteja no controle. Por isso segue adiante. A indústria cultural, sob o fetiche da mercadoria, inebria os sentidos dos indivíduos, contribuindo para a paralisia do pensar e a cristalização de uma situação em que se difunde a ideia de que o progresso esta em curso. Por fim, a realidade é o que se apresenta ao indivíduo. Mudar é permanecer como se está.

Ainda, para Adorno, o conceito de consciência se equivale ao problema da racionalidade. Assim, esses dois conceitos devem ser estudados em uma perspectiva crítica da sociedade. A consciência estaria além do pensar, mas resultaria em atividade prática de mudança de situação, de superação de uma condição de predestinado e alienado ao patamar de um ser autodeterminado. O que caracteriza a consciência é o pensar reflexivo em relação à realidade. Este sentido mais profundo de consciência se realiza na experimentação entre ser e existir. Contudo a sociedade contemporânea, regida por uma socialização padronizadora e serializada “se converte em uma pseudoformação socializada, na onipresença do espírito alienado”. (ADORNO, 1972, p. 142).

Como um zumbi, o indivíduo não se conhece nem reconhece a realidade em que esta envolto. Nesse sentido, a representação que vem se afirmando como paradigma hegemônico da narrativa zumbi se aproxima da representação de indivíduos na contemporaneidade. Seres que vivem apenas para morrer: comem, andam, buscam se manterem no mundo, mas desconhecem sua realidade histórica e sua condição de escravo da produção e do mercado capitalista do tempo livre. Diante da indústria do entretenimento, que alimenta as necessidades do corpo e do espírito, esses seres aparecem como indivíduos que, vivem como mortos-vivos, em uma sociedade cada vez mais consumista, onde ter é mais importante que o ser.

Nesse cenário de desolação, barbárie, falsa consciência, alienação e ausência de autonomia, tendo em perspectiva um futuro já traçado, não há espaço para mudança, pois a mesma já está pré-determinada. O vir a ser nada mais é do que o acontecido, o antigo, o que já foi alcançado. O ser perde a força, pois se encontra mutilado, despedaçado. Seu corpo se degenera e se esgota, assim como suas funções, inicialmente físicas, depois psíquicas. O esgotamento do sistema nervoso faz a realidade parecer opaca ao indivíduo. (Simmel, 1968).

Nesse mesmo sentido, Nietzsche (2008) afirma existirem dois tipos mais gerais de decadência: a degeneração e o esgotamento. Hábitos que se expandem e fragmentam-se nas dimensões do indivíduo, da sociedade, da política. As percepções e os desejos são substituídos por falsas sensações, o que resulta no surgimento e solidificação de crenças, na naturalização de uma subjetividade fraca ou deteriorada, e, por fim, na renúncia à resistência.

A manutenção deste estado letárgico desemboca no sentido mais profundo da decadência do ser: divertir-se com sua semelhança, com o seu simulacro. Para a indústria cultural, particularmente a do audiovisual, a representação de seres alienados ou coisificados traz lucro e mais-valia. Estes seres mortos-vivos andando sem rumo, sem possibilidade de novas experiências, contudo, são o alimento para a produção e a reprodução dos valores e dos bens da indústria cultural.

Indústria cultural, cinema e juventudes

O cinema é um dos primeiros inventos da indústria cultural para a ocupação do tempo livre das pessoas. Já nos finais do século XIX começam a se desenvolver as primeiras tecnologias de geração de imagens em fotogramas, primeiro fixas, depois em movimento. A relação entre a incipiente indústria do divertimento cinematográfico com os indivíduos das grandes cidades é imediata. Depois o cinema toma o mundo.

Como atividade para o tempo livre, a indústria cultural traz transformações radicais para as mentalidades. O cinema, os meios de comunicação de massa, rádio, televisão, revistas em quadrinhos e outras mídias, ganham centralidade, na formação de modos de vida e de valores, tendo em perspectiva o tempo livre das pessoas. É o que Karl Mannheim vai chamar de lazer maquinofaturado. Na percepção deste autor,

o rádio, a vitrola e o cinema são agora instrumentos para produzir e distribuir novos padrões de lazer. São essencialmente democráticos e trazem novos estímulos à vida dos mais humildes, mas poucos deles já conseguiram criar os valores autênticos que poderiam humanizar e espiritualizar o tempo gasto fora da oficina, da fábrica e do escritório (MANNHEIM, 1967, p. 34).

Com o cinema inicia-se um intenso e tenso processo de construção de equipamentos e ambiências de lazer que passam a atuar de modo significativo sobre o tempo livre, abrindo espaço para uma heterogeneidade de opções de entretenimento. Contudo, ao lado dessas possibilidades múltiplas, há uma forte tendência de homogeneização dos conteúdos do lazer pela incipiente indústria cultural. Esses conteúdos homogêneos da indústria cultural são novas formas de estímulos sobre as mentalidades das pessoas, e, definem suas práticas de lazer e suas percepções resultantes dessas práticas. (BARRAL, 2006).

O surgimento da indústria cultural, as opções e escolhas resultantes desse evento realizadas pelos indivíduos diante do tempo livre, tornam-se um problema a ser enfrentado pelos teóricos do lazer. Para o filósofo Theodor Adorno (2004), opções e escolhas seriam dois lados de uma mesma moeda. Segundo seu argumento, a indústria cultural seria um dos braços da indústria capitalista monopolista e globalizante. Nesse sentido, sua produção está inteiramente voltada para o consumo massificado e massificante, não havendo possibilidade real de escolha pelos indivíduos. Estes estariam encerrados num quadro de consumo alienado.

Entretanto, o cinema, como toda área cultural, também é um campo de batalha, pois a própria história do cinema é também um esforço constante para denunciar esse ocultamento. Reflexão à qual Leandro (2009) também nos remete:

Os dispositivos de filmagem não são inocentes e podem cumprir uma função repressiva similar à das instâncias de poder. Na verdade, em nenhum outro lugar os dispositivos concentram hoje tanto poder quanto nas mídias, lugares por excelência da manutenção dos mitos e crenças, ou seja, das ficções. Nossos dispositivos cinematográficos e audiovisuais prolongam as ideologias e as estratégias de controle. (Leandro, 2009)

A intenção em apresentar o cinema como o olhar natural da realidade, mesmo estando evidentes os seus aspectos artificiais, foi eliminar o conhecimento pela classe dominada, ou seja, evitar que a classe dominada tivesse conhecimento da ideologia da classe dominante imposta nas “entre linhas” cinematográficas, para que essa ideologia pudesse ser entendida como a realidade. Daí a necessidade de mascarar essa pretensa “naturalidade” do cinema, apresentando-o como uma expressão do real e disfarçar, constantemente, que é um artifício, manipulação, interpretação.

Tecnicamente falando, a produção da linguagem no cinema se dá por meio da movimentação das câmeras que captam as imagens num determinado ângulo que transmitirá ao espectador, num processo de seleção sucessiva de imagens, mensagens subliminares que dão a nítida sensação ou visibilidade da comunicação desejada, como por exemplo, o enaltecimento da personagem (quando a câmara capta a imagem de baixo para cima) ou a opressão a esta personagem (com a câmara alta, como um olhar de cima para baixo).

Segundo a teoria crítica da cultura, o sentido que a indústria cultural imprime aos seus produtos seria sempre de padronização, de repetição, de homogeneização dos desejos e das realizações. Divertimentos como música ou cinema são transformados em mercadorias para o consumo imediato. Sensações desprovidas de satisfação e prazer mais profundos. Para a crítica radical da indústria cultural em Adorno, as possibilidades de uma escolha livre seriam remotas, quando não inexistentes.

O problema da escolha do que fazer no tempo livre é uma reflexão dos filósofos da chamada *Escola de Frankfurt*. Adorno e Horkheimer (2002) argumentaram que, de um lado, as escolhas estariam sempre cingidas por fatores socioculturais ou econômicos. A indústria cultural, afirmam, produz formas de entretenimento em um processo de hierarquização dos gostos e dos padrões de consumo. Contudo, mesmo os gostos sendo dispostos em um gradiente diferenciado de mercadorias, sua linha de produção obedece a uma padronização e um ordenamento. Em muitos casos, a serialização, as novas coleções e a próxima invenção, não permitem um tempo para uma apreciação qualitativa mínima dos produtos oferecidos. Tornando o indivíduo um consumidor passivo diante do tempo livre e suas opções.

As relações que se estabelecem entre lazer e juventude vão propiciar uma explosão da indústria do entretenimento e das múltiplas formas de viver a juventude, havendo, em certo sentido, uma massificação do estilo de vida juvenil, ou uma juvenilização da sociedade. Numa sociedade onde se produz cultura para o consumo, o cinema aparece não mais apenas como atividade gratuita, espontânea e prazerosa, mas diversão e alienação.

Com a *internet* e a globalização uma miríade de produtos é anexada ao modo de vida jovem. Também, com a diminuição das jornadas de trabalho, aumenta-se o tempo livre, tempo que o filósofo Theodor Adorno vai considerar como tempo de consumo atrelado à lógica capitalista. Paralela à indústria do lazer e do entretenimento, *strictu sensu*, também se desenvolvem outras indústrias (química, petroquímica, veículos, moda) que se relacionam diretamente com as novas práticas de lazer e divertimento.

O lazer seria alienante ou transformador? Um caminho teórico aproxima lazer de hedonismo, ou seja, o lazer associado à indústria cultural, ao entretenimento, à diversão ligeira e fácil estaria ligado à passividade. Da perspectiva dos pensadores da

teoria crítica, a indústria cultural contribuiria para a alienação e passividade dos indivíduos (ADORNO, 2004: *passim*).

Todavia, este discurso da não participação política pode estar, na verdade, ligado ao hábito de se medir a participação política dos jovens por velhas práticas. Essa não participação pode ser resultado, exatamente, do julgamento das velhas práticas políticas, o que no fundo revela uma forma de determinados jovens avaliarem a política tradicional. Perseguindo o argumento de Christopher Lasch, tem-se que:

a ‘fuga à política’ pode significar a crescente falta de vontade de participar do sistema político como consumidor de espetáculos pré-fabricados. Isto pode significar não um recuo em relação à política, em absoluto, mas o início de uma revolta política geral (LASCH, 1983:13-4).

Ademais, o ambiente da cidade, as experiências, sentimentos e emoções compartilhados, ligados à vida urbana conformam um *ethos* e modela os indivíduos. A rapidez dos contatos, a rotatividade, o culto ao corpo, à estética e ao espetáculo impregnam o imaginário coletivo e individual (SIMMEL, 1987: 11-25). Essa faculdade comum de sentir e experimentar a vida urbana, embora de forma diferenciada, é, particularmente, vivenciada e representada pelos grupos jovens no espaço da cidade, locus preferido de produção, distribuição e consumo de bens materiais e simbólicos, de performances e estilos de vida.

Discurso e representação fílmica zumbi

Em “*As Palavras e as Coisas*”, Foucault nos remete à objetivação do mundo, inscrevendo a ordem pela qual se faz necessário construir saberes e nomear as coisas no mundo, retirando do homem o saber inicialmente natural, concreto e de encontro

com a realidade, colocando-o fora dele, como algo destacado de si. O ser humano, enquanto ser que possui o *logos passa* a ter a capacidade subjetiva de nomear tudo ao seu redor e a refletir sobre sua própria subjetividade. Surge, então, a necessidade de nomear as coisas para saber o que elas constituem, assim, inventando-as.

A representação é a propriedade do signo, a relação entre significado e significante. É neste campo que aportam os saberes das palavras e das imagens, onde os sistemas de signos são instrumentos dos saberes. Este tipo de representação funda desdobramentos em si mesmos. Assim, as representações contemporâneas adquirem novas nuances. Elas se tornam um produto de determinada consciência humana, que mantém relações com os fenômenos que ocorrem fora do homem.

O método arquegenealógico de Foucault parte de uma distinção com relação à epistemologia. Esse método pretende ir de encontro aos saberes produzidos pelos discursos, “interrogando as condições de existência desses discursos, até mesmo quando os discursos analisados são ou se pretendem científicos.” (MACHADO, 2006 p. 154-155). O método arquegenealógico observa, assim, a história como monumento, em sua espessura singular, procurando identificar as condições de existência da representação e do discurso.

Nesse sentido não se preocupa com os discursos possíveis, que se estabelecem por meio de sua validade ou verdade, mas os estudam como reais, como positividade. Assim, sua análise do discurso interpela a representação descrevendo sua dispersão, buscando compreendê-la fora de uma regularidade apresentada pela história tradicional, distantes de categorias, unidades, teorias. Suas regras de formação no interior de um conjunto se distribuem, se articulam e constituem saberes.

O método arquegenealógico desvela, através da história, a constituição do sujeito dentro de uma cadeia discursiva que determina e legitima uma subjetividade.

Sendo assim, o sujeito emerge a partir de formações discursivas. Foucault (2001, p. 16) diz que, “o que deve ser levado a cabo: a constituição histórica de um sujeito de conhecimento através de um discurso tomado como um conjunto de estratégias que forma parte das práticas sociais”.

Os discursos expressam a distinção entre o que é a verdade vigente e o que está fora dela, o que não se encaixa nela, o que conseqüentemente, ao ser pronunciado, é rejeitado, escuta-se, cala-se, não se fala mais no assunto, não existe.

Ora, essa vontade de verdade, como os outros sistemas de exclusão, apoia-se sobre um suporte institucional: é ao mesmo tempo reforçada e reconduzida por todo um compacto conjunto de práticas como a pedagogia, é claro, como o sistema dos livros, da edição, das bibliotecas, como as sociedades de sábios outrora, os laboratórios hoje. (FOUCAULT, 1996, p.17)

Importante então evidenciar a relação que se estabelece entre indústria cultural e determinado grupos jovens do discurso acerca do zumbi, e quais mecanismos de alienação ele produz. Verificar, então, nos filmes, que elementos de representação reafirmam os discursos de verdade acerca ser zumbi.

O método arquegenealógico instrumentaliza-se por meio da análise de discurso. Esta análise, diferente de um estudo sistemático da língua, visa analisar a dinâmica pela qual os discursos se compõem no ato de seu pronunciamento. Entende-se por discurso cinematográfico a linguagem narrativa, as inserções imagéticas e a própria linguagem do cinema. Compreende-se, de maneira geral, que o discurso é um objeto histórico cultural que atrelado à linguagem se expressa constituindo sentidos, sujeitos e ideologias. (FOUCAULT, 2007). Diz-nos então Foucault:

É preciso por em questão, novamente, essas sínteses acabadas, esses agrupamentos que, na maioria das vezes, são aceitos antes de qualquer exame, esses laços cuja validade é reconhecida desde o início; é preciso desalojar essas formas e essas forças obscuras pelas quais se tem o hábito de interligar os discursos dos homens; é preciso expulsá-las das sombras onde reinam. (FOUCAULT, 2007, p. 24)

Assim, sua análise liberta-se de uma continuidade e se livra “de todo um jogo de noções” que se estruturam de forma a dar contorno a essas condições de existência. É romper com as noções de tradição, influência, desenvolvimento e evolução. Tradição no sentido de temporalidade histórica, que reforça continuamente o que já é instituído como positividade e que traça uma linearidade discursiva reificando a qualidade da permanência como porto seguro da verdade.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2004.
- BARRAL, Gilberto L. L. **Espaços de lazer e cultura jovens em Brasília: o caso dos bares**. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília. 2006.
- FOUCAULT, Michel. **As Palavras e as Coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- _____, Michel. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.
- _____, Michel. **A arqueologia do saber**. 5 ed. Rio de Janeiro: Forense - Universitária, 1997. 239p.
- HEIDEGGER, Martin. **Ser e tempo**. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

LEANDRO, A. **Mise en scène da palavra no documentário: dispositivos e profanações**. In: XII Congresso da ARIC- Association pour la recherche interculturelle, 2009, Florianópolis. Anais do XII Congresso da ARIC, 2009.

LASCH, Christopher. **A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio**. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

MANHEIM, Karl. O problema da juventude na sociedade moderna. In: **Sociologia de Juventude**. V. 3. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.

_____. **Diagnóstico de nosso tempo**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

_____. **Sociologia do conhecimento**. V.2. Porto: Rés, s/d.

MARX, K; ENGELS, F. **Manifesto do Partido Comunista**. São Paulo: Cortez, 1998.

_____. **A ideologia alemã**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

NIETZSCHE, Friedrich. **Vontade de poder**. Rio de Janeiro: contraponto, 2008.

SIMMEL, Georg. Sociologia. In: MORAES FILHO, Evaristo (org.). **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1986.

_____. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio (org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

COMO CITAR ESTE ARTIGO:

LEITE, Elimárcia Aguiar; BARRAL, Gilberto Luiz Lima. Filme Zumbi: aproximação entre vida mental e cotidiano de jovens. **Revista Fórum Identidades**. Itabaiana: Gepiadde, v. 21, mai./ago., p. 215-230, 2016.

Recebido: 30.10.2016 – **Aprovado:** 15.11.2016