

# **O Pós-Moderno: A cultura pop e a subversão de gênero no cinema de Quentin Tarantino**

Raquel de Paula RIBEIRO<sup>1</sup>

Lisandro NOGUEIRA<sup>2</sup>

Universidade Federal de Goiás – Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia

<http://www.facomb.ufg.br/>

**Palavras-Chave:** cinema; pós-moderno; cultura pop; gênero fílmico.

## **Introdução:**

Hoje em dia o que vemos no cinema é a maçante repetição de roteiros como forma de venda. Filmes que buscam o rápido sucesso e não se importam em perder em qualidade dançam perante nossos olhos na busca de captar um olhar que não mais se contenta com o que é oferecido.

Diante de toda essa mesmice e inseridos no auge da cultura do espetáculo, o público se contorce para encontrar um caminho de saída para novidades que possam lhes proporcionar um pouco mais de momentos do sublime. Nesse contexto, é nítida a busca por criatividade.

No intuito de formar a história do cinema, surgiu um dos pioneiros do chamado cinema pós-moderno: Quentin Tarantino.

Usando elementos tradicionais do cinema clássico e moderno, o diretor se utiliza de inúmeras referências de gênero para construir seus filmes e impactar o espectador. Utilizando da cultura pop, do consumo e da ironia, Tarantino consegue transformar aquilo que não mais fazia efeito em bom cinema.

## **Material de Métodos:**

O objeto deste trabalho se concentra na obra do aclamado diretor Quentin Tarantino, bem como suas influências dentro da história cinematográfica e a forma como elas agem sobre o trabalho do diretor. O desenvolvimento deste trabalho poderá, então, incentivar novas pesquisas acerca do tema, pois a questão do pós-modernismo no cinema ainda se encontra um pouco confusa no contexto atual e em trabalhos acadêmicos. O cinema, por estar muito presente nos dias de hoje, merece uma atenção especial, para que possamos melhor

---

<sup>1</sup> Mestranda do Curso de Comunicação da UFG-GO, e-mail: raqueldepr@gmail.com

<sup>2</sup> Professor Doutor do Curso de Mestrado em Comunicação da UFG-GO, e-mail: lisandronogueira@gmail.com

compreender o que nos leva aos momentos sublimes de apreciação da arte fílmica e à mudança de comportamento de consumo de geração para geração.

O objeto de estudo deste trabalho representa o que há de mais novo no cinema mundial e se aproxima da nossa realidade enquanto povo vivente no século XXI. As amostras representativas do cinema pós-moderno foram escolhidas como forma de aplicação e análise das teorias aqui expressas e consistem apenas em obras de Quentin Tarantino, ícone do cinema contemporâneo, para melhor entendimento e estudo de seus elementos.

A metodologia adotada se limita ao estudo teórico, para que o embasamento e veracidade desta pesquisa se aproximem ao máximo do real, considerando que pesquisas de opinião e questionários não representariam o objetivo que se quer atingir, por ser a população em geral ainda bastante leiga nas questões de criação, embasamento e construção cinematográfica.

O presente trabalho tem como metodologia a leitura, análise e aplicação de diferentes formas de conhecimento e teorias, conforme o assunto de que tratam e sua necessidade perante o tema a que se pretende abordar. Dessa forma, proporemos um diálogo entre autores e uma análise profunda de estudos anteriores para chegar às conclusões pretendidas, seja para afirmá-las ou refutá-las.

## **Resultados e Discussões:**

De todos os termos criados pela língua falada, talvez o de mais difícil conceituação seja o denominado de “cultura”. Tendo mudado de sentido ao longo dos anos, a cultura encontra seu sentido enraizado com o ser humano e sua capacidade de se relacionar com os seus semelhantes e com o ambiente que habita. Busco aqui uma aproximação da cultura e do consumo, a fim de delinear aquilo que, retirado da cultura, se encontra hoje sob a forma do espetáculo e, de maneira mais específica, que se expressa como *pop art*, suas origens e implicações na cultura vigente.

No entanto, para compreender como chegamos ao espetáculo e à *pop art*, precisamos de um breve histórico sobre o termo e sobre as condições sociais de seu surgimento no século XX. Para isso, me baseio no pensamento Ray Wagner (2010) e Terry Eagleton (2005), quando estes analisam a cultura pela óptica antropológica, colocando a cultura como o modo de vida que rege cada indivíduo particular e sua relação com a sociedade.

Com o passar dos anos e a mudança da sociedade, a comunicação foi conceitualmente sendo modificada para hoje tentar englobar todas as formas comunicacionais disponíveis em nosso meio. Após o desenvolvimento da publicidade e a expansão da política de valores embutidos dentro das novas formas midiáticas, a comunicação passou a ter o caráter de

“aceleração do processo circulatório dos produtos informacionais (culturais) [...] [que] agora integra o plano sistêmico da estrutura de poder.” (SODRÉ, 2002, p.15).

De acordo com Canevacci e Sodré, a indústria cultural existe inteiramente para o consumo nos dias atuais, a comunica o de massa   regida pelos interesses do capitalismo, que “adquiriu todas as características de um processo inexorável e universal” (IANNI, 1992, p.59) e se voltou para a venda produtos e idéias e para a movimentac o de capital dentro do país em que se insere. Nas palavras de Canevacci:

Da sociedade do consumo [...] passamos   cultura do consumo (Featherston, 1982, 1990), que vai se difundindo na vida cotidiana e que transformou a ordem simbólica, em parte prescindindo e em parte condicionando a expansão das mercadorias a serem vendidas no mercado. A cultura do consumo busca o empenho em transformar o eu e o próprio estilo de vida, enriquecendo agradavelmente o âmbito privado. (2001, p.154)

O que hoje temos como sociedade do espetáculo nasce no âmago do consumo. Trata-se de um braço da cultura onde a média interfere diretamente e não pretende com isso buscar o enriquecimento cultural daqueles que se relacionam com os novos produtos culturais; pelo contrário, busca uma aproxima o entre as partes produtoras e consumidoras.

Contemporaneamente falando, toda essa cultura espetacular p de ser reformulada e reinventada de acordo com os valores sociais da segunda metade do século XX. As pessoas passaram a procurar sua liberdade de cria o e a fazer delas mesmas produtoras de arte. A ideia era provar que quem quer que você seja, pode ser um ser consciente da sua classe social e com isso, produzir a arte que lhe agrada. Surge a *pop art*.

A *pop art* não procura ser mais do que na verdade  . A verdadeira *pop art* apenas se faz para a venda e sabe disso e na verdade não se importa com o rótulo, pelo contrário, faz questão de possuí-lo. A cultura pop nasce na classe média e dela se mant m cativa até o presente início de século; busca em todas as suas rela es manter o consumo na superfície, escancarado, e “p s-modernizando” as expressões culturais anteriores através da bricolagem<sup>3</sup>.

Como nos coloca Guy Debord:

[...] ao lado da simples proclama o da beleza suficiente da dissolu o do comunicável, a tendência mais moderna da cultura espetacular – e a mais ligada   prática repressiva da organiza o geral da sociedade – procura recompor, através de “trabalhos de conjunto”, um mesmo neo-artístico complexo a partir dos elementos decompostos, sobretudo nas buscas de integra o dos destroços artísticos ou de híbridos est tico-técnicos no urbanismo. [...] Por toda parte   o mesmo projeto de *reestrutura o sem comunidade*. (1997, p. 126)

---

<sup>3</sup> Por bricolagem entende-se tudo aquilo que   produzido através da “colagem” de fontes diferentes na produ o de um artigo novo, como, por exemplo, a publicidade que coloca em seu discurso tanto filosofia, quanto psicologia e criatividade na produ o de suas peças.

Para a boa delimitação do objeto deste trabalho é preciso deixar bem clara a diferença entre popular e pop. Popular é o que vem do povo, o que vem das raízes de cada grupo de indivíduos particulares; o pop são exatamente aqueles produtos culturais embalados e de rápido consumo, considerando que “todas as esferas da vida social, coletiva e individual, são alcançadas pelos problemas e dilemas da globalização” (IANNI, 1992, p.36). Quentin Tarantino, cineasta consagrado que é, brinca com a cultura pop, desconstrói a violência e o crime, trazendo uma aura às vezes humorística e agradando a gregos e troianos.

Nos filmes dirigidos pelo cineasta, ele insere dentro do cotidiano marginal americano, elementos culturais consumidos em todas as partes do mundo, como a música da Madonna e os sanduíches comercializados pela rede de *fast-food* McDonald's. Dessa forma, trabalhando com genialidade os elementos da cultura pop, Tarantino consegue prender aqueles que estão inseridos no meio desta e despertar a atenção de intelectuais e estudiosos de cinema pela maneira como o faz.

O cinema já foi visto como entretenimento, produto de massa, superficialidade, arte, dentre outras denominações. O fato é que hoje o cinema faz parte da vida da grande maioria dos seres humanos viventes em centros urbanos. Falar de cinema é também falar de história, de contexto e de representação. Ao longo dos anos o cinema evoluiu de modo a deixar transparecer o momento intelectual e político-social em que o mundo se encontrava no momento; “os gêneros [do cinema] são produtos transitórios e históricos de processos permanentes.” (BAPTISTA, 2010, p. 15). Desde o cinema clássico em seus princípios de superação de obstáculos e narrativas lineares, passando pelo cinema moderno e o contexto histórico em que era necessário o repensar da sociedade, a análise do ser e a ruptura com as estruturas estabelecidas, e chegando hoje ao cinema pós-moderno de Tarantino: um cinema consciente de seu papel social, elaborado com inteligência, criatividade e referencialmente bem construído em relação às escolas cinematográficas anteriores; mas que “foge às classificações tradicionais da teoria” (PUCCI JR., 2006, p. 363).

Traço marcante do cinema elaborado por Quentin Tarantino é a brincadeira à qual ele insere o público, um jogo de narrativa, violência, humor e ironia. Cada um desses elementos é categoricamente pensado para provocar diferentes sensações e estão, na maioria das vezes, interligados.

Fazendo uso moderado do grotesco, o diretor consegue direcionar as sensações de quem assiste ao filme, sem deixar de lado a presença constante de um narrador e o efeito criativo que é a narrativa contada quase sempre em capítulos recheados de *flashbacks* e dúvidas a serem respondidas no decorrer do filme (ou não). Essa narrativa não linear proporciona um

desprendimento do público, que apenas consegue montar o filme em ordem cronológica após o final do mesmo. Todas essas características traçam a personalidade de Tarantino enquanto diretor, constituindo aquilo que foi chamado de cinema de autor; onde o diretor adquire traços marcantes aplicados às suas obras, cria uma crítica social com os mesmos e projeta seu nome na história cinematográfica.

Trocando em miúdos, dentro do cinema de Quentin Tarantino, toda essa “salada cinematográfica” consegue traduzir o talento de um diretor que busca na pós-modernidade sua maneira de fazer história. Trata-se de um pioneiro na arte de transformar cinema e cultura de classe média em alto cinema e agradar mesmo àqueles que se encontram no cético grupo de admiradores e saudosistas dos tempos em que a criatividade era simplesmente indispensável. E não há nada que consagre mais um diretor do que ser criativo na constituição de sua obra.

### **Conclusões**

- 1) Quentin Tarantino utiliza da cultura pop para subverter gêneros fílmicos tradicionais.
- 2) Os traços do cinema pós-moderno se encontram nas várias referências anteriores e na sua utilização criativa.
- 3) A nova cultura pop forma indivíduos conscientes de sua classe social e familiaridade com o consumo.

### **Bibliografia:**

BAPTISTA, Mauro. **O cinema de Quentin Tarantino**. Campinas: Papirus Editora, 2010.

CANEVACCI, Massimo. **Antropologia da Comunicação Visual**. Tradução: Alba Olmi. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**: Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Tradução: Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997

EAGLETON, T. **A Idéia de Cultura**. Tradução: Sandra Castello Branco. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

IANNI, Octavio. **A Sociedade Global**. 4. ed. Editora Civilização Brasileira, 1992.

PUCCI JR., R.L. **Cinema Pós-Moderno**. In: História do Cinema Mundial. MASCARELLO, Fernando (org). 5. ed. Campinas: Editora Papirus, 2009.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O Império do Grotesco**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2002.

WAGNER, R. **A Invenção da Cultura**. Tradução: Marcela Coelho de Souza e Alexandre Morales. Editora Cosac&Naify, 2010.